دراسات في الإعلام

الإعلام الإسلامي الإلكتروني

دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت

د. حردان هادي الجنابي



الإعلام الإسلامي الإلكتروني

الإعلام الإسلامي الإلكتروني

دراسة للمواقع الإسلامية على الأنترنت

د. حردان هادي الجنابي

الطبعة الأولى:

رقم الإيداع: 14220/2015

الترقيم الدولي: 9789773192426

الغلاف: محمد سيد



60 شارع القصر العيني - 11451 - القاهرة

ت 27921943 - 27954529 فاكس 27947566

www.alarabipublishing.com.eg

بطاقة فهرسة

الجنابي،حردان هادى

الإعلام الإسلامي الإلكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت/ حردان هادى الجنابى.
– ط1 – القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ، 2016 – ص؛ سم تدمك: 9789773192426

1– الاعلام الاسلامى – تطبيقات الحاسب الآلى

2– الانترنت

3 – الموقع الالكترونى أ- العنوان 001,50285

الإعلام الإسلامي الإلكتروني

دراسة للمواقع الإسلامية علي الأنترنت

د. حردان هادي الجنابي



مقدمــة

تشكل وسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات اليوم أهمية كبيرة للإعلام الإسلامي؛ حيث يمكن أن يوظفها هذا الإعلام في التأثير في الرأي العام وتكوينه وبلورته وتوجيهه.

ومن هنا، ينبغي أن يرتبط الإعلام الإسلامي الإلكتروني اليوم باستخدام أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال في العصر الحديث، وهذا يعني إعادة بث الإسلام من منظور قيمي وإدراكي وفكري وعقائدي، وما يتخلل ذلك من ثوابت ومتغيرات من خلال شبكة الإنترنت. حيث تعد الإنترنت إحدى أهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكومبيوتر، وأقوى وسيلة اتصال في الوقت الحاضر؛ لسهولة استخدامها وقلة تكلفتها وتوفيرها الوقت والجهد والمال، ولما تمتاز به من وفرة في المعلومات في مختلف المجالات.

في هذا السياق، بدأ الاهتمام العربي والإسلامي للإستفادة من شبكة الإنترنت، لا سيما وأنها جمعت بين كل مميزات الوسائل التقليدية المسموعة والمرئية والمكتوبة، فضلاً عن اهتمام غير المسلمين بها، ووصولها إلى المليارات في سائر أنحاء العالم؛ ولجوء كثير من المؤسسات والهيئات والجماعات والديانات والعقائد إليها، لتتخذ لنفسها موقعًا عليها، فصار لها وجودها الخاص على هذه الشبكة، وأصبحت الفرصة متاحة لأي دين بالانتشار خارج حدوده الوطنية ونطاقه الجغرافي بما فيها الدين الإسلامي. ولذا ظهرت

عديد من المواقع الإسلامية التي تنوعت في المضامين والتخصصات، ما أعطى الإعلام الإسلامي فرصة كبيرة في الوصول إلى الجمهور العالمي بسهولة.

وعلى الرغم من عدم وجود إحصاءات دقيقة لعدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت - وإن كانت قد أشارت بعض الدراسات في هذا المجال إلى تزايدها في السنوات الأخيرة- إلا إن أغلب المؤشرات تؤكد أن أعدادها قليلة إذا ما قورنت بالمواقع المعادية للإسلام. فالمنظمات التنصيرية هي صاحبة اليد الطولى في المواقع الدينية على شبكة الإنترنت، حيث تحتل (62%) من المواقع، ويليها في الترتيب المنظمات اليهودية، في حين يتساوى المسلمون مع الهندوس، حيث لم تزد حصة كلّ منهما على (9%) فقط.

ويأتي هذا الكتاب لمعرفة؛ هل نجح الإعلام الإسلامي المعاصر في توظيف التكنولوجيا الحديثة للوصول لطموحه المنشود؟ وهل استطاع هذا الإعلام أن يجد له موطىء قدم راسخة على الشبكة العنكبوتية، أم أنه في طريقه لأسفل الهرم من حيث لا يشعر؟

كل هذه تساؤلات تطرأ على ذهن القارئ المتتبع لمسيرة الإعلام الإسلامي المعاصر، والذي نستعرض في هذا الكتاب بعضاً من دوره في واقعنا الحالي، ومحاولته التصدي لحملات التشويه التي يتعرض لها الإسلام من الداخل والخارج.

ومن الله التوفيق

الفصل الأول

الإعلام الإسلامي المعاصر وتحديات المواجهة

أولاً: الإعلام الإسلامي المعاصر: إشكالية المصطلح والمفهوم

ثانياً: أهمية الإعلام الإسلامي المعاصر

ثالثاً: أهداف الإعلام الإسلامي المعاصر

رابعاً: خصائص الإعلام الإسلامي المعاصر

خامساً: مشكلات وسائل الإعلام الإسلامي المعاصر

سادساً: تحديات الإعلام الإسلامي المعاصر وآليات المواجهة

سابعاً: الإعلام الإسلامي المعاصر ودوره في تصحيح صورة الإسلام والمسلمين



مقدمة:

تكشف متابعة تطورات المرحلة الراهنة، أن الإسلام يتعرض لحملات تضليل وتشويه كبرى بقصد النيل منه والإساءة إليه، سواء من الداخل أو الخارج. وتتزامن هـذه الحمـلات مـع بعـض التغـيرات الجوهرية التي يشهدها عالمنا المعاصر، وتحديدًا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر (2001).

في هذا السياق، لا بد أن نشير إلى أن معظم وسائل الإعلام الحاليـة (العربيـة أو العالميـة) أسـهمت بشكل أو بآخر في خلق وعي زائف لدى الإنسان العربي والمسلم، وعملت على إعاقة فكـره وإحساسـه بعمقه وامتداده الحضاري. ومن هنا تبرز أهمية الإعلام الإسلامي المعـاصر في القيـام بـدوره في مجـال التغيير المجتمعي ومواجهة حملات التشويه والتضليل ومواجهة الغـزو الفكـري والثقـافي الغـربي الـذي يستهدف المسلمين.

وفي السياق ذاته، يمكن القول إن التحدي الأكبر الذي يواجه الإعلام الإسلامي المعاصر اليوم، هـو محاولة تصحيح صورة الإسلام التي شوهها الإعلام الغـربي؛ فبعـد أن انتهـت الحـروب الأيديولوجيـة (رأسمالية وشيوعية)، رأى الغرب أن الحروب القادمة هي حـروب دينيـة، أو بـالأحرى حـروب بـين الحضارة الغربية والإسلام. ويأتي هذا الفصل بعنوان (الإعلام الإسلامي المعاصر وتحـديات المواجهـة)، في محاولة لتعرُّف ماهية الإعلام الإسلامي وأهميته ودوره في تصحيح صورة الإسـلام والمسـلمين؛ لـذا تتبلور عناصر هذا الفصل في المحاور التالية:

أولاً: الإعلام الإسلامي المعاصر: إشكالية المصطلح والمفهوم.

ثانياً: أهمية الإعلام الإسلامي المعاصر.

ثالثاً: أهداف الإعلام الإسلامي المعاصر.

رابعاً: خصائص الإعلام الإسلامي المعاصر.

خامساً: مشكلات وسائل الإعلام الإسلامي المعاصر.

سادساً: تحديات الإعلام الإسلامي المعاصر وآليات المواجهة.

سابعاً: الإعلام الإسلامي المعاصر ودوره في تصحيح صورة الإسلام والمسلمين.

أولاً: الإعلام الإسلامي المعاصر: إشكالية المصطلح والمفهوم:

يعد مصطلح "الإعلام الإسلامي" حديث النشأة من بين عِدَّة مصطلحات ظهرت في الربع الأخير من القرن الماضي في مشاريع وأدبيّات الصحوة لإسلامية، مثل الأدب الإسلامي، والفن الإسلامي، والاقتصاد الإسلامي وغيرها. وهي في مجملها تعبير عن الرغبة في العودة إلى الإسلام وجعله المرجعية الأساسية والخلفية الفكرية لكثير من العلوم الإنسانية والنشاطات الفكرية والثقافية (سعاد بعوش، 2012). ومن هنا، ونتيجةً لحداثة المصطلح، اختلفت الآراء وتشعبت حوله؛ ما تطلب مزيدًا من التأصيل والتنظير من أجل الوصول إلى تحديد دقيق لهذا المصطلح (شعيب الغباشي، 2013: 47).

في هذا السياق، وفي إطار التنظير لهذا المصطلح من قبل عديد من الكتاب والمفكرين الذين حاولوا تعريفه وتوضيح مفهومه، وقع هؤلاء المنظرون في خلط ظاهر لهذا المصطلح الذي أثار جدلاً في الدوائر الأكاديمية ولدى الأساتذة والباحثين، فتجزأت رؤاهم ووجهات نظرهم حوله؛ إذ يرى بعضهم أن مصطلح الإعلام الإسلامي يعني مفاهيم الإعلام عامةً، فيما يقصره بعضهم الآخر على معنى الدعوة إلى الدين الإسلامي. ويرجع سبب ذلك كله إلى اختلاف أولئك الباحثين في دراساتهم، والتبدل الدوري والمستمر الذي يطرأ على الآلية التي يمكنهم بها التوصل إلى مفهوم الإعلام الإسلامي وحقيقته والغاية المتوخاة منه.

في المقابل، لم تقف المشكلة التي واجهت مصطلح الإعلام الإسلامي عند الخلط في تعريف ماهية النشاط وطبيعة الممارسة، بل تعدتها كذلك إلى وضع آلية لتطبيق المصطلح نفسه ووضعه موضع التنفيذ؛ بسبب تعقد النشاط الإعلامي وتجاوزه مفهوم الممارسة الإعلامية في شكلها البسيط (منتصر حاتم حسين، 2011: 37).

ولفك هذا الخلط والاشتباك، عمد الباحث إلى استعراض تعريفات بعض التيارات التي حاولت صياغة تعريف لهذا المصطلح؛ من أجل تحديده بوضوح ودقة. ويشير هذا الاستعراض إلى أن اختلاف هذه التيارات في تعريفها للإعلام الإسلامي، أسهم في صياغة رؤى ووجهات نظر متباينة حوله؛ حيث إن بعض هذه التيارات لم تفرق بين

الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية، بل تبنت صيغة المطابقة بينهما، وبعضها الآخر يرى أن الإعلام الإسلامي جزء من الدعوة الإسلامية، فيما ذهب تيار آخر إلى عكس ذلك تمامًا؛ حينما عد الدعوة الإسلامية هي الجزء. وهنالك تيار رابع تبنى النظرة الشمولية للإعلام الإسلامي، فيما تبنى تيار آخر النظرة الواقعية. وتأتي النظرة الجغرافية كنظرة أخيرة لمحاولة صياغة تعريف لمفهوم الإعلام الإسلامي.

في هذا السياق، فإن التيار الذي تبنى صيغة المطابقة بين الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية، ممثلاً في "محيي الدين عبد الحليم" و"محمد منير حجاب" و"عبد القادر طاش"؛ يرى أن الإعلام الإسلامي هو تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله عز وجل وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة، أو عبر وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها؛ وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يُعنَى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته (محمد فتحي عمارة، 2013: 45)، أو هو جهد فني علمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال، هيئةً كانت أو جماعةً أو فردًا، بغرض الاتصال بالجمهور العام بجميع إمكانيّات وسائل الإعلام؛ لتكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته (محمد منير حجاب، 2002: 23).

في السياق نفسه، هنالك اتجاه آخر يذهب إلى أن الإعلام الإسلامي جزء من الدعوة الإسلامية، وهو تيار يتبناه "محمد موفق الغلاييني"، الذي أشار في تعريفه للإعلام الإسلامي إلى أنه جزء من الدعوة الإسلامية؛ لأن الدعوة الإسلامية تتسم بالمرونة والحيوية؛ فهي جزء من المنهج الإلهي الذي يتميز بملاءمته لكل زمان ومكان (محمد موفق الغلاييني، 1985: 49).

على العكس من ذلك، يرى تيار آخر ممثل في "محمد لعقاب"، أن الدعوة الإسلامية هي الجزء؛ لأن الدعوة الإسلامية تتعلق بالجانب العقائدي؛ لذا يمكن تسميتها بالإعلام الديني. أما الإعلام الإسلامي فهو أوسع من الدعوة الإسلامية؛ لأنه يهتم بجميع جوانب الحياة، من سياسة واقتصاد وثقافة وفن وإبداع وترفيه، وما إلى ذلك من مجالات

الحياة (محمد لعقاب، 1996: 85). وهو ما ذهب إليه "شعيب الغباشي" الذي يرى أن الإعلام الإسلامي هو إعلام عقائدي؛ أي ينبثق من عقيدة الإسلام ويرتكز عليها وينطلق منها ويتحرك بها وينتهي إليها (شعيب الغباشي، 2013: 47).

على الجانب الآخر، هنالك تيار ممثل في "عبد الوهاب كحيل"، يربط بين مفهومي الإعلام الإسلامي والشمولية؛ إذ يرى هذا التيار أن الإعلام الإسلامي هو إعلام شمولي يتجاوز إطار الزمان والمكن، عبر استخدامه المنهجَ الإسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، ومستخدمون لتلك الوسائل المتطورة؛ لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمُثُل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد؛ لإحداث التأثير المطلوب (عبد الوهاب كحيل، 1985: 29).

تأتي النظرة الواقعية للإعلام الإسلامي كتيار خامس حاول توضيح هذا المصطلح. وتستند هذه النظرة إلى صور الممارسة الفعلية والواقعية لبعض جوانب الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية. وهذه النظرة الواقعية تنظر إلى الإعلام الإسلامي باعتباره "دينيًا متخصصًا"، يرتبط بالصفحات الدينية وركن الفتاوى والخطب المنبرية، وفي الصحافة اليومية أو في حدود البرامج والأحاديث الدينية في الراديو، أو في حدود البرامج والأفلام والمسلسلات التاريخية والدينية. وهذا هو التصور الذي يشير إليه "محمد سيد محمد" الذي وإن كان يعترف بأن الأصل في الإعلام الإسلامي أن يكون إعلامًا عامًا، فإنه انطلاقًا من الواقع يجد نفسه مجبرًا على إعطاء تعريف آخر، وهو ما يوضحه بقوله: إن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية، يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة، هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني (محمد سيد محمد، 1986: 36).

أما النظرة الأخيرة لمفهوم الإعلام الإسلامي، فهي النظرة الجغرافية ممثلة في "محمود كرم سليمان"؛ حيث تأتي هذه النطرة لتطرح صياغة أخرى لمفهوم الإعلام الإسلامي؛ فهي تفهم الإعلام الإسلامي على اعتبار أنه الإعلام الصادر من دول العالم الإسلامي والجهات التي تنتسب إلى الإسلام. فهذا الإعلام - حسب هذه النظرة - لا

ينطلق إلا مـن مجتمـع مسـلم تطبـق فيـه أحكـام الإسـلام وتشريعاتـه في مختلـف شـئون الحيـاة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، تحقيقًا لمقتضى العقيدة الإسلامية التي ترد الأمـر كلـه إلى اللـــه ورسوله صلى اللـه عليه وسلم (محمود كرم سليمان، 1988: 60).

نخلص مما سبق، إلى أن التيارات التي تبنت صياغة رؤى وتعريفـات محـددة للإعـلام الإسـلامي كمفهوم، لم تتفق فيما بينها لتخرج بصياغة مناسبة تحظى بالقبول لـدى الجميـع. وهـذا الاخـتلاف والتغاير يعود في أصله إلى كون المنظرين والكُتَّاب الذين ينتمون إلى هذه التيـارات لم يتوصـلوا مـن خلال أبحاثهم ودراساتهم للإعلام الإسلامي إلى صيغة نهائية تتمكن مـن حسـم النـزاع الـدائر حـول الموضوع؛ حيث إن بعض هذه التعريفات هي تعريفات جزئية، حصرت الإعلام الإسلامي في الـدعوة إلى اللـه عز وجل، فضلاً عن التعريف بالإسلام ومنهجه في الإرشاد والتوجيه وتوضيح شرائـع الـدين وتفقيه الجمهور في هذا الجانب، وأيضًا فهي لم تميز بين الإعلام الإسلامي والدعوة الإسـلامية، بـل إن بعضها يعتبر المصطلح مرادفًا لمصـطلح الـدعوة الإسـلامية أو الإعـلام الـديني، إضـافةً إلى أن الإعـلام الإسلامي لا يمكن حصره في حيز مكاني أو زماني معين؛ فالواقع اليوم يشير إلى أن العديد من المجلات والصحف تصدر في دول علمانية أو حتى مسيحية، لكنها تتبنى الطرح الإسلامي في معالجـة القضـايا المختلفة وإظهار حقيقة الإسلام، دون أن يكون هنالك مانع من أن تنسب هذه المجلات إلى حظـيرة الإعلام الإسلامي.

ومن جانب آخر، فإن الإعلام الإسلامي لا يمكن حصره في صفحات دينية في الجرائـد والـدوريات، أو في الأحاديث والخطـب في الإذاعـة والتلفزيـون أو في الروايـات والأفـلام الدينيـة في التلفزيـون أو السينما. ومن هنا يمكننا القول إن الإعلام الإسلامي أوسع من الدعوة الإسلامية من حيـث مضـمونه؛ فهو يضم مختلف وجهات النظر حول القضايا الإسلامية والعالمية المعاصرة، وينقل الأخبـار ويحللهـا ويعالجها من وجهة نظر إسلامية، ويحاول - قدر الإمكان- تقديم صورة الإسلام والمسلمين إلى الآخـر الحضاري؛ لتبديل تلك الصورة الذهنية التي ترسخت طوال قرون في الفكر الغربي.

مما تقدم، يمكن القول أن من أشمل التعريفات التي تبين حقيقة الإعلام الإسلامي، التعريف الذي يشير إلى أن الإعلام الإسلامي هو عملية اتصال تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويحية، وطنيًّا ودوليًّا وعالميًّا، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة (منتصر حاتم حسين، 2011: 44).

فهذا التعريف تميز عن التعريفات السابقة باشتماله على أنشطة ووظائف الإعلام، وبيّن في الوقت نفسه أنه مُوجَّه للناس كافةً، عبر أدائه وظائفَه محليًّا وإقليميًّا ودوليًّا، وأن عملية الاتصال هذه تلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، مستخدمةً جميع الوسائل في سبيل تحقيق هذه الأهداف.

في سياق متصل، وعلى الرغم من أن العديد من الباحثين والمفكرين اتفقوا على أن الإعلام الإسلامي صورة من صور الإعلام المتخصص؛ لكونه يتخصص في فرع معين من فروع الإعلام؛ حيث دعت الحاجة في عصر الاتصال الإلكتروني إلى تطور أنواع عديدة من الإعلام المتخصص، وكان الإعلام الإسلامي أحد هذه الأنواع (يسرى خالد إبراهيم، 2012: 444)- فإنهم اختلفوا في تحديده؛ أإعلامٌ إسلاميٌّ هو أم إعلامٌ دينيٌّ؟ فبعضهم يطلق عليه "إعلامًا دينيًا"، وعللوا ذلك بقولهم إن الإعلام الديني هو الإعلام الذي تكون رسالته دينية بحتة؛ حيث يقتصر على تبصير الناس بالحق والحث على مكارم الأخلاق، ويُعنَى بتوضيح الفرائض، ويتوجه إلى جمهور المسلمين؛ عامتهم وخاصتهم. أما البعض الآخر فيطلق عليه "إعلامًا إسلاميًّا؛ لأنه يتوجه إلى الجميع، مسلمين وغير مسلمين، صغارًا وكبارًا، يتناول جميع الأمور الدينية والدنيوية. والإعلام الإسلامي كما يهتم بتوضيح العقائد، فإنه يهتم بنشر الأخبار، وفقًا لأسس ومبادئ، وكما يهتم ببيان الحق، فهو يهتم بالعلوم الكونية والتكنولوجيا العصرية (آلاء أحمد هشام، 2009: 38).

في السياق نفسه، يرى باحثون آخرون أنه إذا قُصِد بالإعلام الديني الإعلام الذي يشمل الديانات المختلفة، فهذا النوع من الإعلام أعم من الإعلام الإسلامي؛ لأنه يشمل

الدين الإسلامي وغيره من الديانات. أما إذا قُصِد بالدين هنا "الإسلام" حصرًا، فإن الإعلام الإسلامي يكون أقرب إلى الدعوة؛ لذا يفضل أن يطلق علية إعلام إسلامي بهدف التحديد (طه أحمد حميد، 2007: 21).

خلاصة القول:

مما تقدم يمكن القول أن الإعلام الإسلامي - مقارنةً بالإعلام الديني- أوسع وأشمل؛ فهو إعلام نابع من رسالة الإسلام الخالدة الشاملة، ويعالج سائر مناحي الحياة من سياسة واقتصاد، ويعرض الأخبار ويناقش القضايا المستجدة، لكنه ينضبط بمعايير الإسلام وقيمه ومبادئه. ومن هنا ينبغي أن يكون الإعلام الإسلامي جماهيريًّا، لا يلتفت إلى نوع ديانة المتلقي، ولا يحصر نشاطاته الواسعة في زاوية ضيقة حرجة؛ تتمثل في الجوانب الدينية فقط؛ فهو إعلام عام في محتواه ووسائله، لكنه يلتزم - في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس- بالتصوُّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساسًا من القرآن الكريم وصحيح السُّنَّة النبوية وما ارتضته الأُمَّة من مصادر التشريع في إطارهما. وأخيرًا يرى الباحث أن الإعلام الإسلامي كلما أُخضع للضوابط الشرعية العامة أكثر، كان المختصون به على وفاق ووئام وتقارب في الآراء ووجهات النظر. والعكس صحيح؛ أي كلما كان مستقبلوه في منأًى عن تطبيق تلك الضوابط، كان الاختلاف واضحًا في تحديد مفهومه ورسم ملامحه والإلمام بجوانبه.

ثانياً: أهمية الإعلام الإسلامي المعاصر:

يزداد الإعلام الإسلامي المعاصر أهميةً في ظل التغيرات المجتمعية التي تحدث محليًا وإقليميًا ودوليًا، في ضوء ما يتعرض له الإسلام من تضليل وتشويه، سواء من الداخل أو الخارج، فضلاً عن وصف الإسلام والمسلمين بالإرهاب والتطرف (شعيب الغباشي، 2010: 145). يضاف إلى ذلك ارتباط الإعلام الإسلامي المعاصر في القرن الحدي والعشرين بمجموعة من التحولات والتغيرات على المستويين الداخلي والخارجي لعبت دورًا في زيادة أهميته.

في سياق التحولات الداخلية، حتمت هذه التحولات على الإعلام الإسلامي المعاصر، تجديد خطابه الديني وتغييره بما ينسجم مع هذه التحولات. ومن هنا تكمن أهمية الإعلام الإسلامي الذي يسعى إلى تصحيح مفاهيم الإسلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصيلة النافعة بطريقة علمية وعملية وفنية (محمد الطيب زاوي، 2004:48). ولا يخرج عن هذا الإطار محمد منير حجاب (2002: 25)؛ حين أشار إلى أن الإعلام الإسلامي إنما هو إعلام موجه، يعمل على إعداد رأي عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويدركها، ويتأثر بها في جميع تصرفاته.

في سياق التحولات الخارجية، تزداد هذه الأهمية مع الواقع المعاصر للعالم الإسلامي الذي يشهد تكالبًا من أعدائه، حتى بات محاصرًا بقوى الشر التي تسخر جميع الجهود لتحقيق أهدافها، فلجأت إلى الإعلام؛ لما له من مقدرة تأثيرية إقناعية كبيرة (آلاء أحمد هشام، 2009: 11)، وهو ما أشار إليه منتصر حاتم حسين (2011: 47)، بقوله إن أهمية الإعلام الإسلامي تكمن في الذود عن الإسلام والدفاع عنه، والتأثير في سلوكيات الناس، ومجابهة الواقع الإعلامي القائم بأسلحة فعالة.

أما ميسر محمد يونس (2010: 35)، فيرى أن الإعلام الإسلامي هو اللسان الناطق بصوت الجماهير الإسلامية وصوت الشريعة. وهنا تتجلى أهميته؛ حيث يسعى إلى نشر الصورة الصادقة النقية للشريعة التي جاء بها النبي الأكرم محمد

صلى الله عليه وسلم، وصياغتها بقوالب وأساليب تقنية عصرية حديثة تتلاءم مع عقلية المتلقي ورغبته، وتنسجم مع مستوى إدراكه الفكري والتربوي.

خلاصة القول:

تزداد أهمية الإعلام الإسلامي المعاصر في الداخل والخارج عندما يلعب دورًا في التصدي لحملات التشويه الفكري المعادية، ويأخذ على عاتقه مهمة التعريف بأحوال المسلمين وأخلاقهم، ولملمة شملهم ورصِّ صفوفهم، وسعيه في إيجاد الحلول السريعة للنهوض بواقع المسلمين المتردي والدفاع عن قضايا الأمة الإسلامية كافةً.

ثالثاً: أهداف الإعلام الإسلامي المعاصر:

إن للإعلام الإسلامي المعاصر وما يرمي إليه - حسب وجهات نظر بعض الباحثين المختصين في شؤونه - أبعادًا تنموية شاملة، ترمي إلى بناء كيان متكامل الجوانب من خلال بعض الأسس والمستلزمات التي توصل في النهاية إلى الغاية المرجوّة منه. ومن هنا، يمكن تحديد أهداف الإعلام الإسلامي من خلال عرض رؤى بعض الباحثين الإعلاميين والمختصين في هذا المجال، الذين حاولوا تحديد الأهداف التي يروم الإعلام الإسلامي تحقيقها عبر رسالته الإعلامية.

ففي هذا السياق، يرى الدكتور علي عجوة (2002: 100)، أن من أهم أهداف الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين التعريف الصحيح بالإسلام عبادةً ومنهاج حياة، وتوضيح القيم الإيجابية البناءة التي يؤكدها الإسلام لإسعاد المجتمع والارتقاء بأفراده، فضلاً عن التعريف بأحوال المسلمين ونشر أخبارهم في مختلف بقاع العالم.

في المقابل، ذهب محمد فتحي عمارة (2013: 51-52)، إلى أن الإعلام الإسلامي له أهداف تغطي كل مناحي الحياة؛ منها أهداف ثقافية لنشر الوعي والفهم والمعرفة، واجتماعية ترمي إلى تماسك المجتمع وترابطه، وغرس روح التعاون فيما بين أفراده، واقتصادية من أجل تحسين أوضاع المجتمع في الكسب وترشيد الإنفاق والحماية من الغش والاحتكار ومحاربة الربا والكسب غير المشروع، وسياسية من خلال توثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والأمة، على أساس من العدل والطاعة والالتزام والرعاية لمصالح الأمة والمحافظة على أمنها وحريتها، وعسكرية برفع الروح المعنوية في صفوف الجنود والمواطنين عامةً وقت الحرب، وكشف المخططات وفضح مؤامرات العدو. وأخيراً أهداف ترفيهية للتسلية والترويح ولتحديد النشاط، وهو ترفيه منضبط بضوابط الإسلام ولا يتنافى مع الآداب العامة.

في السياق ذاته، يرى منتصر حاتم حسين (2011: 73) أن الهدف الأسمى للإعلام الإسلامي هو الدعوة لتوحيد الله عز وجل، إضافةً إلى بعض الأهداف المرحلية التي يسعى هذا الإعلام إلى أن يصل إليها، ومنها توعية المسلمين في مختلف بقاع

العالم بدورهم في التصدي لحملات التشويه من أعداء الإسلام، وتصحيح المفاهيم الخاطئة أو تلك التي يحاول الإعلام المغرض الترويج لها، فضلاً عن إبراز الجوانب الإيجابية في الدين الإسلامي.

ويرى إبراهيم إمام (نقلاً عن ميسر محمد يونس، 2010: 63)، أن تجديد الدعوة إلى التوحيد، وتحرير العقيدة الإسلامية مما أدخل عليها من شوائب، هو من أهم أهداف الإعلام الإسلامي، إضافةً إلى تأكيد إنسانية الفرد؛ إذ لا فرق بين أبيض وأسود أو عربي وأعجمي إلا بتقواه ومدى تطبيقه للشريعة الإسلامية، فضلاً عن تأكيد العودة إلى اللغة العربية الفصحى واستخدامها في جميع المجالات الحياتية، ومحاولة جعلها الرابط الأصيل بين أبناء المجتمع الإسلامي بتأكيد بلاغتها وفصاحتها.

نحظ مما سبق، أن كلاً من الدكتور "علي عجوة" والأستاذ "إبراهيم إمام" و"منتصر حاتم حسين"، اتفقوا على أن أهم أهداف الإعلام الإسلامي هو الدعوة إلى توحيد الله عز وجل، والتعريف الصحيح بالإسلام عبادةً ومنهاج حياة، فيما ذهب "محمد فتحي عمارة" إلى أن أهداف الإعلام الإسلامي تغطي كل مناحي الحياة، ولا تقتصر على الجوانب الدينية العقائدية فقط، بل تتعداها إلى أهداف سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وعسكرية، وكذلك إلى أهداف ترفيهية.

ومما تقدم، يرى الباحث أن أهداف الإعلام الإسلامي الحقيقية، هي تلك لتي لا يمكن حصرها في نقاط أو تقييدها بأطر محددة، بل هي كل ما من شأنه الدعوة إلى الخير العام للإنسانية عامةً، كما أن أهداف الإعلام الإسلامي كثيرة ومتجددة. ولكن يبقى الأهم تحقيق هذه الأهداف؛ وذلك بوضع الخطط والبرامج والمناهج العلمية المدروسة بعيدًا عن التخبط والعشوائية.

رابعاً: خصائص الإعلام الإسلامي المعاصر:

يمكن القول إن خصائص الإعلام الإسلامي تختلف عن خصائص الإعلام الديني، إذا عرفنا أن الفرق بين الإعلامين يكمن في أن الإعلام الديني تكون رسالته دينية بحتة. أما الإعلام الإسلامي، فهو إعلام يتوجه إلى الجميع، لا يلتفت إلى ديانة المتلقي، ويتناول الأمور الدينية والدنيوية كافةً (آلاء أحمد هشام، 2009: 38).

انطلاقًا من هذا المفهوم، فإن للإعلام الإسلامي مجموعة خصائص تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام؛ فهو إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه، مستقل ورافض للتبعية، هادف وقائم على التدرج والحكمة والإقناع في الخطاب (منتصر حاتم حسين، 2011: 60- 63).

في السياق نفسه، يرى محمد منير حجاب (2002: 128-129) أن من خصائصه أيضًا، أن كل أفراد المجتمع الإسلامي يُعتبَرون فيه قائمين بالاتصال ومسئولين عن تبليغ الدعوة الإسلامية؛ كلٌّ حسب قدرته وعلمه. ولأن الرسالة الإسلامية في الإسلام تتسم بالثبات؛ حيث إن مصدرها الله عز وجل؛ لذلك فإن دور القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة بدون إضافة أو تحريف؛ لهذا يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة، كما أن من خصائص الإعلام الإسلامي أنه يعتمد على التحليل والوضوح والتأمل واتخاذ جميع الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، ليتوجه إليه بالإقناع لا بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات.

يضيف محمد الطيب زاوي (2004: 53-54) خصائص أخرى للإعلام الإسلامي، منها أنه إعلام إيجابي؛ ينقي نفسه دائمًا من مختلف مسببات الضعف والدمار، ويركز على أن يكون التغيير والتطوير دائمًا نحو الأفضل والأعلى في إطار مبادئ الإسلام وقيمه. وهو إعلام عام وعلني؛ عام لأنه يختص بالبشر جميعًا، وعلني لأنه يخالف بعض العقائد والأديان التي تحرص على الكتمان والسرية، ويعتمد على نظرية المثل أو القدوة الحسنة التي ينسجم فيها قول الإعلامي مع سلوكه وعمله.

ويتسم الإعلام الإسلامي بالمرونة، متمثلةً في قدرته على مواجهة مختلف التحولات التي تحدث في العالم أو في المجتمع الذي يتوجه إليه، وإيجاد الطريقة المناسبة لمواجهة هذه التحولات. ويرتبط الإعلام الإسلامي بالأحداث الجارية ويحاول استثمارها بأن يشد انتباه الناس إلى مواطن التأمل والعظة والعبرة.

خامساً: مشكلات وسائل الإعلام الإسلامي المعاصر:

تعـددت وسـائل الإعـلام الإسـلامي المقـروءة والمسـموعة والمرئيـة، مـن صـحافة إلى إذاعـة إلى تلفزيون؛ حيث تنوعت هذه الوسائل من وسائل اتصال جماهيرية لدى الـبعض، إلى وسـائل اتصـال مباشرة لدى البعض الآخر.

في سياق وسائل الإعلام الإسلامي الجماهيرية، بينت سهى فوزي أحمد (2012: 82-83)، أن هذه الوسائل تتمثل في:

1. البرامج الدينية في التلفزيون.
2. البرامج الدينية في الراديو.
3. إذاعة القرآن الكريم.
4. الصحف الدينية المتخصصة.
5. الصفحات الدينية في الصحف اليومية العامة.

في السـياق ذاتـه، أضـاف منـتصر حـاتم حسـين (2011: 241) وسـائل تقليديـة أخـرى للإعـلام الإسلامي، تمثلت في:

1. وسائل اتصال مباشرة مثل المساجد.
2. وسائل مقروءة (مطبوعة) مثل الكتب والمجلات الأسبوعية الإسلامية المتخصصة.
3. وسائل مسموعة مثل الإذاعات الحية للمناسبات الدينية.

4. وسائل مرئية مثل التليفزيون وما يتضمنه من مواد إعلامية تعكس صورًا من الثقافة الإسلامية كالمسلسلات التاريخية، والأفلام الروائية الدينية، والأفلام التسجيلية عن الآثار الإسلامية أو المناسبات الدينية.

في ضوء ذلك، تواجه وسائل الإعلام الإسلامي التقليدية العديد من المشكلات والمعوقات التي تحول دون تحقيق الاستفادة القصوى منها، ومن ثم عدم تحقيق أهداف الإعلام الإسلامي. وترتبط هذه المشكلات بالسياقين السياسي والثقافي لكثير من الدول العربية والإسلامية، فضلاً عن نمط ملكية هذه الوسائل المرتبط بهيمنة الدولة. ومن هنا، فإن أبرز هذه المشكلات يتمثل فيما يأتي (محمد يونس، 2002: 124- 126):

1. عدم توافر المناخين السياسي والثقافي الحر لهذه الوسائل في كثير من المجتمعات العربية والإسلامية.

2. الرقابة الصارمة على وسائل الإعلام الديني المتخصص بدءًا من الصحف والإذاعات، وانتهاءً بالمنابر والمساجد، في ظل خضوع وسائل الإعلام لسيطرة الدولة في غالبية الدول الإسلامية.

3. قلة الكوادر الإعلامية الإسلامية أو الإعلاميين المؤهلين تأهيلاً متينًا في مؤسسات الإعلام الإسلامي.

4. الاختلال وانعدام التوازن في تدفق المعلومات وتبادلها بين الدول الكبرى غير الإسلامية والدول الإسلامية؛ ما جعل معظم البلدان الإسلامية مجرد بلدان مستهلكة للمعلومات التي تُصدَّر إليها.

5. محدودية انتشار وسائل الإعلام الإسلامي أو الإعلام الديني المتخصص؛ بسبب اقتصارها على اللغة العربية في أغلب الأحيان، ومن ثم ابتعادها برسالتها الإعلامية عن الجمهور العالمي.

فضلاً عن ذلك، قدمت وسائل الإعلام الإسلامي التقليدية موضوعات تقليدية مطروحة من قبل، ولم تراعِ فيها الاختلاف النوعي بين المسلمين الذي يقيمون في بلدان إسلامية وأخرى غير إسلامية، ولم يستطع أغلبها أن يقدم مادة جديدة ومقنعة، وإنما عمل على إعادة إنتاج خطابه القديم بحلة جديدة (مصطفى محمد طه، 2010).

ومن هنا يمكن القول أن الإنترنت قد تُشكِّل فرصة إلى حدٍّ ما للتغلب على هذه المشكلات والمعوقات التي تواجه وسائل الإعلام الإسلامي التقليدية من خلال التحول إلى الإعلام الإسلامي الإلكتروني.

سادساً: تحديات الإعلام الإسلامي المعاصر وآليات المواجهة:

يواجه الإعلام الإسلامي المعاصر اليوم تحديات ومشكلات كبيرة، وعلى مختلف الأصعدة والمستويات. ولقد أمكن تقسيم هذه التحديات إلى قسمين:

أولاً: تحديات ومشكلات داخلية: وتشمل:

1. تحديات من داخل دول العالم الإسلامي:

تواجه دول العالم الإسلامي تحديات كثيرة ومتباينة، بحيث تؤثر في عمل مؤسسات الإعلام الإسلامي في هذه الدول. ويمكن الإشارة إلى هذه التحديات في عدة مستويات:

على المستويات السياسي والاقتصادي والاجتماعي، تشهد دول العالم الإسلامي مشكلات كثيرة في هذا الجانب؛ حيث الصراعات الداخلية، وسوء الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية فيه، والتمزق الذي يسوده، والتشاحن والتناحر، والاختلافات الفكرية، وكذلك الصراعات المذهبية القائمة فيه (هالة عوض العسيلي، 2008: 137). أضف إلى ذلك غلبة الأنظمة السياسية المتسلطة التي تفتقر إلى احترام الحريات الفردية، والتي لا تعترف بنظم الشورى الإسلامية (علي عجوة، 2002: 96).

على مستوى التعليم، تمثل مشكلة عزل مناهج التعليم في المدارس المختلفة عن جوهر الدين الإسلامي، وإعادة صياغة عقلية أبناء شعوب الدول العربية والإسلامية وأجيالها الجديدة وفقًا للتفكير الصهيو- أمريكي؛ واحدة من أهم المشكلات في هذا المجال (أنور الجندي، 1996: 250).

على مستوى الحياة العامة، تعتبر محاولات فصل الدين الإسلامي عن الحياة وأمور الدنيا (العلمنة)، والعمل على حصره على ما بعد الحياة والوجود الدنيوي؛ هي تحديًا آخر يواجه الإعلام الإسلامي المعاصر (محمد مصطفى رفعت، 2013: 154)، فضلاً عن عزل المساجد عن معالجة شئون المسلمين، وقصره على تأدية الصلاة، فيما يعتبر المسجد جامعة إسلامية.

على مستوى أجهزة الإعلام في الدول الإسلامية، فإن انصراف أجهزة الإعلام في هذه الدول عن مخاطبة جماهير المسلمين من واقع احتياجاتها الدينية والإعلامية؛ يمثل مشكلة أخرى تواجه الإعلام الإسلامي؛ إذ إن نسبة كبيرة جدًّا من المادة الإعلامية المرئية والمنشورة تبعد بعدًا تامًا عن عقائد الجماهير الإسلامية، وتهدم ما تبنيه المادة الإعلامية القليلة المرتبطة بالقيم الإسلامية التي لا تتعدى 4% من مجموع ما يوجه إلى الجماهير من برامج أجهزة الإعلام المختلفة (بدر المناص، 2007: 17)، فضلاً عن سيادة الإعلام الفاسد في دول العالم الإسلامي، وعمله على إبراز نشاط النماذج الفاسدة، وإهماله القدوة الحسنة للإنسان المسلم، والعمل على انحلال المجتمع المسلم وإشاعة الفوضى والتسيب والفساد في أركانه وهدم قيمه الإسلامية.

2. تحديات من داخل مؤسسات الإعلام الإسلامي:

تواجه مؤسسات الإعلام الإسلامي بمختلف أشكالها ووسائلها، جملة من التحديات والمشكلات التي تقف عائقًا أمامها في أداء رسالتها، وفي جوانب عديدة؛ أبرزها الجوانب الاستراتيجية، والعلمية، والمنهجية، والتقنية، وانعدام التنسيق، ومحدودية التمويل وغيرها.

على الجانب الاستراتيجي، تبرز مشكلة غياب الخطط العلمية والاستراتيجية الإعلامية الإسلامية؛ فمعظم الجهود فردية عشوائية وغير خاضعة لمعايير علمية؛ حيث تعاني من التكرار والمطابقة والتقليد والتنافس غير الرشيد (مالك الأحمد، 2009: 32)، فضلاً عن الاعتماد على القدرات الذاتية والفردية في غالب الأحيان، والنأي عن التعاون وتنسيق الجهود والعزوف عن المواجهة الجماعية المتضامنة والمترابطة.

على الجانب العلمي، تكمن المشكلة في غياب البحث العلمي وعدم هتمام أجهزة الإعلام الإسلامي بدراسة الجمهور المستهدف؛ حيث إن تعامل هذه الأجهزة مع الجمهور يتم من زاوية تصوراتها عن هذا الجمهور؛ ما يؤثر في استجابة الجمهور لمضمونها وعدم تفاعله معه (سهى فوزي أحمد، 2012: 98)، فضلاً عن الارتجال والعفوية، وعدم الأخذ بالأسلوب العلمي في إخضاع القضايا والموضوعات للدراسة المتخصصة.

فيما يتعلق بمنهج القائمين على مؤسسات الإعلام الإسلامي في الدول الإسلامية، فإن ضعف المنهج الإسلامي لدى البعض من هؤلاء؛ أدى في كثير من الأحيان إلى سيطرة رءوس الإعلام على العمل الإعلامي الإسلامي والدخول ببعض الأفكار الغريبة أو الممارسات المستغربة أن تظهر في وسائل إعلام إسلامية (خباب الحمد، 2010).

في المقابل، فإن المشكلة الرئيسية التي تمثل تحديًا آخر للإعلام الإسلامي من داخله، تتمثل في أن وعي معظم القائمين عليه لا يزال مشدودًا إلى فكرة الإعلام الديني أو الدعوي بمفهومه المباشر والضيق، ونادرًا ما يحدث أن يتجاوز الإعلام الإسلامي تلك الدوائر الضيقة إلى فضاء المجتمع وتعقيداته السياسية والاقتصادية والأمنية والثقافية، فضلاً عن الأنشطة المتنوعة التي تمثل حساسية زائدة عند القائمين على هذا الإعلام، رغم حضورها الإعلامي الكبير عند الجمهور الواسع في البلدان المختنقة، مثل قطاعات الفن والرياضة، وملفات الجريمة والحوادث (جمال سلطان، 2011).

على الجانب التقني، تبرز مشكلة ضعف العرض - عرض الصورة والمضمون- نتيجةً انعدام القُدرة على تصنيع الأدوات التقنية، فضلاً عن عدم المعرفة بثقافة صناعة التأثير والتوجيه من خلال وسائل الإعلام، وأيضًا ضعف الرد على حملات التشويه، فضلاً عن مواجهتها ومقاومتها (أحمد مبارك سالم، 2009)، فضلاً عن ضعف الطاقات الإدارية الفاعلة في إدارة المؤسسات الإعلامية الإسلامية.

ويرى جمال سلطان (2011) أن التحدي الأكبر الذي يواجه القائمين في مجال الإعلام الإسلامي؛ يمكن تلخيصه في محورين: الأول- مدى قدرتهم على الاستفادة القصوى من الحالة الراهنة المنفتحة الرحبة لتكوين عناصر فنية محترفة بأسرع وقت، وتحريك برامج تدريب على مستوى عالٍ يستعان فيها بكفاءات وقدرات مرموقة حتى من غير الإسلاميين، مع تحوُّل المتدربين إلى الممارسة المباشرة في صحف ومجلات وفضائيات وإذاعات. والتحدي الآخر هو القدرة على تجاوز الولاءات المحدودة داخل الحزب أو الجماعة، لصناعة إعلام قادر وجذاب واحترافي يعتمد على الكفاءة لا على «الولاء»، وليكن الولاء محصورًا في الاستراتيجية العامة للوسيلة الإعلامية، لا في تفاصيل العمل ويومياته.

أما غياب التنسيق الإعلامي بين المؤسسات الإعلامية الإسلامية داخل البلد الواحد، وبينها وبين المؤسسات العاملة في المجال الواحد في الدول العربية والإسلامية، فهي مشكلة وتحدٍّ آخر يقف في مواجهة الإعلام الإسلامي؛ وذلك نظرًا إلى ضعف التخطيط الاستراتيجي، ومن ثم ينعكس أثر هذا الضعف في بعثرة الجهود والقصور في الأداء، ومن ثم عدم تحقيق الأهداف المرجوة من الإعلام الإسلامي (هالة عوض عبد العظيم العسيلي، 2008: 139). أضف إلى ذلك غياب العقلانية والنقد البنّاء فيه؛ حيث لا يزال الإعلام الإسلامي في بعض وسائله يعتمد على الأسلوب العاطفي الانفعالي أكثر من الأسلوب العقلاني الذي يقوم على الحجة والمنطق (محمود أحمد محمد الرجبي، 2012: 28).

وتبرز مشكلة أخرى بجانب المشكلات السابقة؛ هي مشكلة ضعف التمويل لمؤسسات الإعلام الإسلامي؛ حيث تعاني هذه المؤسسات من قصور كبير في هذا الجانب؛ فليس لها تمويل رسمي منظم بل تعتمد على التبرعات، إلا ما ندر منها (مالك الأحمد، 2009: 33). وتكمن مشكلة ضعف التمويل الحكومي لمؤسسات الإعلام الإسلامي في عدم الاهتمام الحكومي بتطبيق الفكر الإسلامي في جوانب الحياة الإعلامية (محمد مصطفى رفعت، 2013: 155).

ثانياً: تحديات ومشكلات خارجية: وتنقسم إلى:

1. تحديات من خارج دول العالم الإسلامي:

إنَّ التحدِّيات التي تواجه العالم الإسلامي من خارجه تحتاج إلى جهود كبيرة لمواجهتها وإضعاف آثارها محليًّا، تمهيدًا للتغلب عليها. ومن هذه التحديات إشكالية العلمانيَّة والتغريب؛ فالساحة العربية والإسلامية المعاصرة أفرَزت عددًا من الذين تعلَّموا في الخارج، وابْتَهروا بالنمط الغربي في أسلوب العمل والحياة؛ فبدلاً من أن يَرجعوا إلى بلدهم للرُّقي به والتقدُّم، جاءوا وقد ارْتدَوا قبعات الغرب، ولَبِسوا لباسَهم؛ فمنهم مَن يُريد تقْوية العلاقة بين الشاب والفتاة؛ لتكون علاقة مُتحضرة، ومنهم مَن يريد إبطال العمل بأحكام الدين؛ كارتداء الحجاب، وتعدُّد الزوجات. وذاك يطالب بإباحة الخمور والفجور بحجَّة الحرية، وآخر يُدافع عن التعاملات

الرِّبوية باعتبارها نظامًا عالميًا. وفرقة أخرى تطالب بـ"عصرنة الدين"، وكأنهم يريدون نقْل الواقع الغربي في جانبه السلبي إلى العالم الإسلامي.

في السياق ذاته، هنالك تحدٍّ آخر يواجه العالم الإسلامي ويتمثل في الحرب النفسية الموجَّهة ضد المسلمين، وتعد من أخطر أنواع الحروب المعاصرة؛ لأنها تَستهدف تحطيم الرُّوح المعنويَّة للمسلمين، عن طريق زلزلة الأفكار وتغيُّر السلوك واغتصاب العقول وشلّ الإرادة. ومن أهم أساليبها نشْر لشائعات، وإثارة القلق، وبثُّ الفتن، وافتعالُ الأزمات، مُستخدمةً في ذلك فنون الإقناع، وتَعتمد بصفة أساسية على وسائل الاتِّصال وتقنيات المعلومات؛ للتأثير في الشخصية الإنسانية؛ فهذا أحد المسئولين الصهاينة يوضح أهمية استخدام الحرب النفسيَّة ضد المسلمين بقوله: "إننا نَستهلك كميَّة كبيرة من الأسلحة والذخيرة الغالية؛ لنُدمِّر موقعًا واحدًا من مواقع العدو. أليس من الأفضل والأرخص أن نستغلَّ الدعاية والحرب النفسيَّة؛ لشلِّ الأصابع التي تَضغط على زناد هذا المدفع؟!" (عبد القهار أحمد محمد، 2012).

ومن التحديات أيضًا، تعرض العالم الإسلامي للغزو الثقافي الغربي، يقابله ضعف الاختراق الإعلامي الإسلامي لغير المسلمين؛ ذلك لأن الاختراق يحتاج لجهود كبيرة تتمثل في وسائل إعلاميَّة إسلامية نافذة وهادفة تصل إلى غير المسلمين، وتؤثر في مستوى تفكيرهم وطبيعة نظرتهم إلى العالم الإسلامي. ولا شك أنَّ الإعلاميين الإسلاميين يدركون مدى ضرورة الخبرة بإعلام الآخرين ووسائلهم الخبيثة للغزو الفكري، والسطو على العقول، والاختراق القيمي والثقافي للأمة (محسن عبود كشكول، 2014: 10).

2. تحديات من خارج مؤسسات الإعلام الإسلامي:

يرى خباب الحمد (2010) أن التحديات والمشكلات التي تعاني منها مؤسسات ووسائل الإعلام الإسلامي المعاصر من خارجها تتمثل فيما يأتي:

1. تراجع الاستقلاليّة الفكريّة، وسيطرة الحكومات على بعض المؤسسات الإعلامية.

2. الحرب الإعلامية الغربية الشرسة على الإعلام الإسلامي من مواقع إنترنت أو قنوات فضائية أو صحف أو إذاعات وغيرها؛ فالإعلام الإسلامي بشتَّى مؤسساته يعاني من هجمة شرسة من المؤسسات الإعلامية الغربية.

3. حقد العلمانيين على المؤسسات الإعلامية الإسلامية، فيسعون إلى تحجيمها وتجفيف منابعها المالية، وساعدهم في ذلك ما أطلق عليها "اتفاقية البث الفضائي" التي يمكن بموجبها محاصرة القنوت الفضائية الإسلامية. ويُنتظَر أن يتم التوصل إلى ما يمكن به محاصرة المواقع الإلكترونية كذلك.

4. سيطرة رءوس الأموال المالكة للقنوات ومحاولة التدخل في شئونها؛ ما يجعل بعض المؤسسات الإسلامية عرضة للمزايدات والتدخلات من أصحاب رءوس الأموال، والتأثير فيها أو إعاقة مسيرتها الإعلامية الهادفة بأي شكل من الأشكال الملتوية.

على المستوى القانوني، تتعرض مؤسسات الإعلام الإسلامي ووسائله لمشكلات (عقبات) قانونية؛ منها عدم الحصول على موافقات إجرائية، أو عدم الحصول على تراخيص، أو المنع أحيانًا بالكلية في بعض البلدان، إضافةً إلى غياب القوانين المنظمة لبعض الأنشطة الإعلامية، فضلاً عن الرقابة الصارمة على المادة الإعلامية فيها (مالك الأحمد، 2009: 31).

إضافةً إلى ما سبق ذكره، يبرز تحدي السيطرة الصهيونية على معظم وسائل الإعلام الغربية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وسينما ومسرح ووكالات أنباء، كتحدٍّ

آخر للإعلام الإسلامي، فضلاً عن قلبها كثيرًا من الحقائق بما يخدم مصالحها ويغلبها على المصالح الأخرى كافةً؛ فالدعاية الصهيونية تمارس تأثيرها من خلال سيطرتها على وسائل الإعلام الغربية، وخاصةً في الولايات المتحدة الأمريكية، إضافةً إلى ما يُعِده الصهاينة من تنظيمات تعتمد على الاتصال الشخصي في تحقيق أهدافهم (علي عجوة، 2002: 92).

آليات المواجهة ومقترحات الحل:

بعد هذا العرض لجملة من التحديات والمشكلات التي تواجه الإعلام الإسلامي المعاصر؛ فإن هذه التحديات والمشكلات تحتاج إلى آليات مواجهة وحلول واقعية بمجموعة عمليات تقوم بها المؤسسات الإعلامية في دول العالم الإسلامي كافةً، مستخدمةً المعلومات والمعارف التي سبق تعلمها، والمهارات التي اكتُسِبَت في التغلب على أي موقف خطر بأسلوب جديد وغير مألوف، من خلال احتوائه والوصول إلى حل له.

انطلاقًا من ذلك، يمكن القول أن هنالك مجموعة من الآليات والحلول المقترحة للمشكلات والتحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي المعاصر، وتتمثل في ما يلي:

1. تأصيل الانتماء للدين الإسلامي، وضرورة حدوث تكامل بين البيت والمدرسة والمسجد والشارع ووسائل الإعلام؛ من أجل تربية سليمة وجيدة للشباب، وبما يؤكد إزالة الفجوة بين قنوات التربية المتعددة، وبحيث لا يجد هؤلاء الشباب أي خلل أو تناقض فيما يتعلمونه من هذه القنوات.

2. ضرورة وضع رؤية إسلامية واضحة قائمة على خطط علمية مدروسة لوضع تصور للأداء الأمثل لوسائل الإعلام العربية والإسلامية في مواجهة الإعلام الأجنبي، كما يجب وضع تصور واضح للدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الإعلام العربية والإسلامية محليًا ودوليًا؛ لترسيخ قيم الإسلام عقيدةً ومنهجَ ونظام للحياة، ولتقديمه لعالم أجمع بهدف تصحيح مفاهيم غير المسلمين عن الإسلام.

3. الحصول على تمويل حكومي دائم لمؤسسات الإعلام الإسلامي ووسائله.

4. ابتعاد الإعلام الإسلامي الحكومي وغير الحكومي عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها.

5. العمل على أن يكون الإعلام الإسلامي غير ممل، وأن يكون متجددًا ومبدعًا مع التنويع في المادة الإعلامية.

6. أن تسعى مؤسسات الإعلام الإسلامي ووسائله التقليدية والإلكترونية أن تتداخل بعضها مع بعض، في الهموم والقضايا، وتوحيد جهودها لخدمة الإسلام، وأن تكون مهتمة أيضًا في عرض التاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية، وتعمل على تعزيز اللغة العربية ونشرها في أوساط المسلمين، وبخاصة الأقليات المسلمة، مع العمل على إعادة إرساء سيادة الشريعة، بدلاً من القوانين والمبادئ الوضعية.

7. إنشاء شركات توزيع إعلامية إسلامية، تأخذ بكل أساليب التقنيات الحديثة، وتضع على عاتقها مهمة إيصال الصوت المسلم إلى كل مسلم يعيش في أي جزء من أجزاء هذه المعمورة.

8. إنشاء شركات ومؤسسات نموذجية إسلامية للإنتاج السينمائي والتلفزيوني والإذاعي، توفر المادة الإسلامية الإعلامية في مجالات الإعلام والتثقيف والترفيه، وبذلك يتخلص الإعلام الإسلامي من الاحتكار المعادي لمثل هذه البرامج من قبل الغرب، ويسهم في تثقيف وترفيه الشباب المسلم.

9. إيجاد شبكة مراسلين في أنحاء العالم كافةً، مهمتها تزويد الإعلام الإسلامي بجميع وسائله ومؤسساته بالأخبار والمعلومات أولاً بأول، وبذلك يتخلص الإعلام الإسلامي من داء التبعية للإعلام الغربي.

10. الاهتمام بالتكوين العلمي الأكاديمي للعاملين في مجال الإعلام الإسلامي؛ حتى يكونوا على مستوى المسئولية الإعلامية، عبر زجهم في دورات تدريبية لهم؛ كلٌّ حسب تخصصه؛ إذ إن إعداد هذه الكوادر الإعلامية وبصفة مستمرة، من شأنه أن يعمل على تخطي العقبات والمشكلات التي تواجه الإعلام الإسلامي.

11. مخاطبة كليات الصحافة والإعلام في الدول الإسلامية، وحثها على توفير عدد من المنح الدراسية لعدد من العاملين في الحقل الإعلامي الإسلامي؛ حتى يكتسبوا مزيدًا من المهارات الصحفية الإعلامية.

12. دعم تبادل البرامج فيما بين الدول العربية والإسلامية وتكامل الخبرات بينها، ومن جانب آخر القيام بانتقاء البرامج الأجنبية قبل بثها.

13. عقد لقاءات دورية بين المختصين بالإعلام الإسلامي يتم من خلالها تبادل الآراء والمعلومات والتنسيق في العمل الإعلامي الإسلامي المشترك.

وتأسيساً على ما سبق ذكره، فإن هذه المواجهة ما لم تكن مدروسة بعمق ومخططًا لها بمنهجية سليمة، فلن تستطيع الصمود في مواجهة ما هو أقوى منها عدةً وأحكم خطةً. وهذا العمل يتطلب طول نفَس وتضافر الجهود وإعداد الطاقات الإسلامية في إطار مخطط متكامل.

سابعاً: الإعلام الإسلامي المعاصر ودوره في تصحيح صورة الإسلام والمسلمين:

على الرغم من أن تشويه صورة الإسلام والمسلمين في الغرب ظاهرة قديمة كشفت عنها عديد من الدراسات التي عُنيت بهذا الموضوع، فإن أحداث الحادي عشر من سبتمبر (2001) أوجدت البيئة الملائمة للآلة الإعلامية الغربية لإشعال حربها ضد الإسلام والمسلمين، فنجحت هذه الآلة على مدار السنوات الماضية، وإلى حدٍ كبير، في تشويه صورة الإسلام والمسلمين، لا سيما العرب منهم على وجه الخصوص، وتقديمهم في صورة مغلوطة، ومن ثم خلقت صورة ذهنية سلبية عنهم لدى الرأي العام العالمي.

في السياق ذاته، فقد أظهر الإعلام الغربي العرب والمسلمين بمظهر الأمة المتخلفة التي تهيم وراء شهوات الجسد، الغارقة في بؤر الزنى وشرب الخمور والقمار، والتي غلبت عليها حياة البداوة بكل ما فيها من قسوة وجهل وقتل وإرهاب. وقُصِد من هذا كله تشويه صورة المسلمين، ليترسخ في الوعي العالمي أن المسلمين هم مجموعة من الهمج والإرهابيين.

لقد واجه الإسلام خصومات شديدة من قبل وسائل الإعلام الغربية؛ حيث حورب في مختلف صفحات الجرائد والمجلات، وفي الكتب والمناهج التعليمية والأفلام والإعلانات الأجنبية (حسن نيازي الصيفي، 2006). وانطلاقًا من ذلك، يمكن القول إن صورة الإسلام والمسلمين -وبالتركيز على العرب منهم- شوهها الإعلام الغربي بشكليه التقليدي والإلكتروني؛ فعلى مستوى الإعلام التقليدي يورد الباحث مجموعة من الأمثلة والنماذج على هذا التشويه، كما يلي:

أولاً: الأعمال السينمائية:

أشارت إحدى الدراسات إلى أن هوليوود وحدها قد أنتجت ما يزيد عن (150) فيلمًا سينمائيًا يسخر من الإسلام والمسلمين، ومنهم العرب على وجه الخصوص. ومن أبرزها - على سبيل المثال لا الحصر- ما يأتي (محمد فتحي عمارة، 2013: 88-89):

1. فيلم (أمريكا ... أمريكا): ويظهر فيه مسلمون عرب بمظهر المجرمين الإرهابيين الذين يقتلون المصلين داخل الكنائس ثم يذهبون لاحتساء الخمر في الحانات!

2. فيلم (الهدية): ويعتبر من أقذر الأفلام إساءةً للمسلمين، وهو من إنتاج اليهودي البريطاني "روبرت جولد سميث". ويترفع الباحث عن ذكر تفاصيل هذا الفيلم؛ لما فيها من بشاعة ينـدى لها الجبين!

3. فيلم (أكاذيب حقيقية): بطولة "أرنولد شوازنجر"، وفيه يظهر إرهابيون (مسلمون) يطلقون صاروخًا نوويًا على فلوريدا!!

4. فيلم (الحصار): وفيه يظهر المسلمون "كـوحوش" لا تحـركهم إلا الرغبـة في القتـل والتـدمير باسم الإسلام.

ومن الأفلام الأخرى التي قدمتها هوليوود مدينة السينما الأمريكية؛ لعبة القتل- النينجا الأمريكي والإبادة - في الشمس- الدرع البشري جلادياتور- عودة المومياء، وغيرها كثير لا يتسع المقام لذكره.

تأسيسًا على ما سبق، يتبين لنا أن هذه الأفلام عملت على تشـويه صـورة العـرب والمسـلمين؛ إذ عرضت شريطًا لا ينتهي من الصور التي يبدو فيها العرب والمسلمون أشبه بشعوب منقرضة؛ لشـدة تخلفهم، ويمثلون في الوقت ذاته خطرًا رهيبًا يهـدد الآخـرين، فأصبحت كلمتـي "عـربي" و"مسـلم" تثيران ردود فعل عدائية يصعب معها على الجمهور أن يميـز الحقيقـة مـن الخيـال. ولم يتعـرض أي شعب في العالم لهذا المدى من التشويه كما تعرض له المسلمون العرب (يامين بودهان، 2006: 6).

ثانياً: المسلسلات التلفزيونية:

ومنها مسلسل (تعلم اللغة الإنجليزية) الذي عرضه التلفزيـون البريطـاني، وتـدور حلقاته حول خليط من الناس ينتمون إلى شعوب مختلفة، ويجمعهم صـف دراسي في إحدى مدارس تعليم اللغة الإنجليزية للأجانب. وقد حرص مخرج المسلسـل اليهـودي

على أن يحشر في المسلسل طالبًا باكستانيًا مسلمًا، وآخر هنديًا من طائفة السيخ. ولا يترك هذا الهندي مناسبة إلا ويوجه إهاناته للباكستاني المسلم بصورة يقصد بها الإساءة للإسلام؛ ففي إحدى حلقات المسلسل يطلب الأستاذ الإنجليزي من الطالب الهندي اختيار كلمة مرادفة لكلمة "غبي"، فيسارع الهندي ليعطيه كلمة "مسلم"! (محمد فتحي عمارة، 2013: 90).

ثالثاً: الإعلانات التجارية:

لقد استغل الإعلام الصهيوني الإعلانات التجارية استغلالاً بشعًا في الإساءة للعرب والمسلمين؛ حيث تفنن اليهود المسيطرون على غالبية وكالات الإعلان العالمية، في إظهر العربي في إعلاناتهم بصورة الهمجي أو الأبله أو الغارق في شهواته؛ ففي أحد الإعلانات التلفزيونية التي عُرضت في الولايات المتحدة الأمريكية، إعلان عن أحد أنواع الصابون. ويبدأ الإعلان بصوت رجل يؤكد أن صابون (....) ينظف أي شيء حتى العربي!. ويعرض هذا الإعلان شخصًا يرتدي الزي العربي المميز والأوساخ والقاذورات تملأ وجهه وملابسه، فيما تحاول فتاة تنظيفه بهذا الصابون ثم تخرجه بحالته الأولى نفسها. وفي هذه الأثناء يدخل شاب بيده ورقة تفتحها الفتاة وتقرؤها بحماس: سيداتي ... سادتي، جاءنا الآن من مختبرات (...) أن صابون (...) في قمة الفاعلية، وأن العيب في عدم نظافة العربي ليس بسبب قلة فاعلية صابون (...). ولكن العيب هو أن العربي لا يمكن أن يصبح نظيفًا أبدًا!!. وبهذا ينتهي الإعلان الوقح الخبيث (فؤاد بن سيد عبد الرحمن الرفاعي، 1986: 63-64).

رابعاً: الكتب والمؤلفات العلمية:

من نماذج تشويه صورة الإسلام والمسلمين في الكتب والمؤلفات العلمية الأوروبية والأمريكية، ما نجده في كتاب "المخادعون العرب في وسائل الإعلام الأمريكية" للكاتب الأمريكي (جاك شهين) البروفيسور في الإعلام في جامعة Southern Illinois في الولايات المتحدة الأمريكية؛ فبعد دراسته وتحليله أكثر من 900 فيلم سينمائي أمريكي، صنف المسلمين العرب - حسب ما أظهرتهم هذه الأفلام - إلى أربعة

أصناف: شيوخ نفط متصابين- إرهابيين قاذفي قنابل- تجار جشعين- أشرار ذوي أنوف معقوفة (يامين بودهان، 2006: 5)، فيما لخص "الإنجليكاني" - أي التابع للكنيسة الإنجليزية- (وليم منتجومري وات) في الجزء الأول من كتابه "الإسلام"، الصورة المشوهة للإسلام في أربع نقاط هي:

1. أن الإسلام – حاشاه - دين كاذب، وتحريف مقصود للحقائق.
2. أن الإسلام هو دين العنف والسيف.
3. أن الإسلام هو دين التهالك على الشهوات الجسدية.
4. أن محمدًا (وحاشاه صلى اللـه عليه وسلم) قد اتبع الشيطان وسار في فلكه، وأنه هو المسيح الدجال (محمد الطيب زاوي، 2004: 147).

أما موسوعة دائرة المعارف البريطانية Encyclopedica Britanica التي تعد من أشهر دوائر المعارف العالمية، فهي في إحدى طبعاتها، مليئة بالافتراءات على الإسلام وعلى رسوله صلى اللـه عليه وسلم؛ إذ تذكر أن "القرآن الكريم يتألف أساسًا من كلام محمد" صلى اللـه عليه وسلم، وأن "المسلمين يعبدون نبيهم محمدًا" صلى اللـه عليه وسلم!. وخطورة هذه الموسوعة تأتي من شهرتها وما عرف عنها من الدقة والعلمية! (مرعي مدكور، 1995: 151).

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، نجد مرجعًا علميًا ذا مستوى رفيع مثل قاموس «Merriam-Webster-Thesaurus»، يذكر جملة من الكلمات كمرادفات للفظ "عربي"؛ فالعربي هو إنسان متشرد، عاطل، لا هدف له، وبائع متجول، مساوم، نصاب، لا ضمير له (ثابت عيد، 1998، ص101). وقد وزعت إحدى دور النشر الغربية كتابًا للروائي "جيرارد فيلير Gerard Villier، يقول فيه إن الجنس العربي هو أسوأ الأجناس قاطبةً (حنان محمد إسماعيل، 2001: 105).

وفي فرنسا، أجريت دراسة على كتب التاريخ المدرسية الفرنسية للصف الأول الإعدادي في سنة 2000، تبين من خلالها الصورة السلبية للإسلام والمسلمين. وتمثل ذلك في تقديم مفاهيم خاطئة عن الخلافة والوحي وصورة النبي محمد صلى الله عليه وسلم والشريعة، وتعدد الزوجات وميراث البنت وميراث الولد. وبينت هذه الدراسة أن في هذه الكتب المدرسية خاصةً، يتم ربط الإسلام بالتطرف والإرهاب، واعتباره دينًا لا تتفق مبادئه وتعاليمه وقيمه مع مبادئ وتعاليم وقيم الحضارات الكبرى، وتعني بها الحضارة الغربية (أحمد بشنو، 2006).

خامساً: الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف والمجلات:

تعتبر المرئيات (الصورة والرسم والكاريكاتير) من استخدامات الإعلام الجديد المهمة في تكوين وصناعة الصور الذهنية؛ لما لها من مقدرة على مخاطبة كل الناس بمختلف فئاتهم وانتماءاتهم ودولهم، فضلاً عن خصائصها المميزة في تجاوز الزمان والمكان، ودلالات الجاذبية والإقناع وبقائها بالذهن أكثر من غيرها (بدر الدين أحمد إبراهيم، 2012: 105). وانطلاقًا من هذا المفهوم، تظهر لنا بعض الصحف والمجلات الأوروبية -لا سيما الفرنسية والألمانية والنرويجية والدنماركية- بين الحين والآخر، برسوم كاريكاتيرية تسيء فيها للإسلام والمسلمين من خلال إساءتها للنبي الأكرم محمد صلى الله عليه وسلم وإظهاره بصور مَشينة؛ ففي 30 سبتمبر 2005 نشرت صحيفة "يولاندس بوستن" الدنماركية 12 صورة كاريكاتيرية هزلية للرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم، ضمن مسابقة دنيئة أعلن عنها رئيس تحرير الصحيفة "كارستن بوسنت" بهذا الخصوص، مصرحًا بأن ما قام به هو تطبيق لمبدأ حرية التعبير (نبيل لوقا بباوي، 2006: 128).

وفي 10 يناير 2006 أعادت صحيفة نرويجية تسمى مكازينت "Magazinet"وأخرى ألمانية تدعى "دي فيلت"، وثالثة فرنسية هي فرانس سوار "France Soir"، وصحف أخرى في أوروبا؛ نشر هذه الصور الكاريكاتيرية. وأخيراً وليس آخراً، نشرت مجلة "شارلي إيبدو" الفرنسية الأسبوعية رسومًا كاريكاتيرية

أخرى مسيئة للنبي الكريم محمد صلى الله عليه وسلم في عددها الصادر في 18 سبتمبر 2012، وأعادت نشرها من جديد في شهر يناير 2015.

سادساً: البرامج التلفزيونية:

ومن أظهر نماذج التشويه عبر البرامج التلفزيونية، ما عرضته القناة الرابعة لهيئة التلفزيون البريطاني قبل أعوام؛ إذ عرضت هذه القناة برنامجًا بعنوان "سيف الإسلام"، الذي يبدأ بكرة أرضية تدور، وفجأة تنفجر وتتناثر منها شظايا ويبرز من قلبها سيف تقطر منه الدماء، ويظهر اسم البرنامج: "سيف الإسلام"!!، ثم يتحدث البرنامج أن هناك محنة سوف يواجهها العالم بسبب المد الإسلامي، وأن الخطر الجديد الذي يهدد البشرية هو الإسلام (حنان محمد إسماعيل، 2001: 106).

أما على مستوى الإعلام الإلكتروني الغربي، فيمكن القول إن الغرب نجح في توظيف هذا الإعلام من خلال الإنترنت، في تشويه صورة الإسلام والمسلمين؛ حيث تم تدشين العديد من المواقع الإلكترونية الغربية المعادية للإسلام؛ فقد انتشرت هذه المواقع على شبكة الإنترنت بعدد يفوق عدد المواقع الإسلامية كثيرًا، واعتمدت على مخططات واستراتيجيات لإعادة صياغة العقل الغربي ضد الإسلام دينًا، وضد المسلمين أمةً، كما تبنت هذه المواقع آليات خاصة للهجوم على الإسلام باستخدام أساليب الدعاية المختلفة، بهدف الترويج لأفكار ومفاهيم هدامة تعمل على تشويه صورة الإسلام والمسلمين (شريف درويش اللبان، 2011: 117).

ومن نماذج هذا التشويه، يمكن رصد محاولات غربية لتحريف القرآن الكريم على شبكة الإنترنت؛ منها ما قام به موقع "أمريكا أونلاين" في عام (1998)، من تقديمه نماذج مقلدة ومحرفة لسور القرآن الكريم، إلا أن مجلس العلاقات الإسلامية الأمريكية عارض هذا الأمر، وتدخل بشدة حتى تمكن من حذف هذا الموقع من على شبكة الإنترنت (حنان إسماعيل محمد، 2001: 105). وقد بثت شركة "أمريكا أونلاين" اعتذارًا للمسلمين عن هذه الإساءة. ولكن بعد فترة قصيرة، عادت هذه السور المزعومة تبث في أربعة مواقع من خلال شركة أخرى تسمى جيوستيز

"Geocitie"، فتم إغلاق ثلاثة منها بعد اعتراضات وجهتها بعض المؤسسات الإسلامية وعدد كبير من المسلمين للشركة، وهددوا فيها بوقف اشتراكهم في الشركة إذا استمرت هذه المواقع، لكن هذا التشويه لم يتوقف؛ فقد عادت السور المزعومة تبث على موقع جديد يتبع شركة ثالثة (محمد الطيب زاوي، 2004: 239).

في السياق نفسه، أوضحت مي محمد جمال الدين (2014: 321) أن المواقع الغربية المعادية للإسلام، عملت على تشويهه بنشر الأكاذيب والافتراءات من خلال تقديم المفاهيم والتفسيرات المغلوطة لآيات القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، وإظهار أحكام الشريعة بأنها أحكام وحشية وبربرية. من جانب آخر، يمكن القول إن المواقع الغربية المعادية للإسلام والمسلمين قد انتشرت بقوة، ويصعب الكشف عن حقيقتها؛ لأن معظمها يتستر تحت مسميات إسلامية، وتتنوع لغاتها من العربية إلى الإنجليزية والفرنسية، وهي في نمو مستمر؛ لذا يصعب رصد أعدادها (كريستوفر بين Christopher Paine، 2010).

في هذا الإطار، قدم محمد مصطفى رفعت (2013: 180) تصنيفًا للمواقع الغربية المعادية للإسلام والمسلمين كما يلي:

1. مواقع متخصصة بتشويه صورة الإسلام دينًا سماويًّا.

2. مواقع متخصصة بتشويه صورة الرسول صلى الله عليه وسلم وتشويه السنة النبوية الشريفة.

3. مواقع متخصصة بتشويه صورة الصحابة رضي الله عنهم.

4. مواقع متخصصة بتشويه صورة المسلمين عامةً والإسلاميين خاصةً بوصفهم عنصريين ودمويين وإرهابيين.

5. مواقع متخصصة بتحريف القرآن الكريم.

ويمكن القول إن شبكة الإنترنت أصبحت الفضاء الأمثل لدى غلاة الغرب وأعداء الإسـلام لينفثـوا سمومهم ضد الإسلام، بهدف النيل منه أو السخرية والطعن في أحكامه؛ وذلك بطرح بعض القضـايا التي تجتذب شرائح كبيرة من المجتمعات بهدف التضليل والتشويه والإساءة.

وتشير الأمثلة السابقة إلى كيفية استخدام الغرب الإنترنت في تقديم خطاب ذي اتجاه سلبي عن الإسلام والمسلمين، إضافةً إلى تحجيم المواقع الإسلامية التي تقدم خطابًا إيجابيًّا بإغلاقهـا أو الهجـوم عليها (مي محمد جمال الدين، 2014: 3).

إن تفسير هذا التشويه المتعمد والمتكرر في الإعـلام الغـربي لصـورة الإسـلام والمسـلمين وتعميـق الصورة السلبية للعرب على وجه الخصوص، يرجع إلى أسباب وعوامل عديدة منها ما يأتي:

1. الحروب الصليبية التي التي أرست فكرة تخلف العرب وصورت الإسلام آنذاك على أنـه ديـن يدعو إلى القوة الوحشية والإنتقام.

2. الحقبة الإستعمارية بكل سلبياتها.

3. كتابات المستشرقين ضد الإسلام والمسلمين.

4. التحيز الشعبي في الغرب ضد العرب والاسلام.

5. الصراع التأريخي بين العرب والصهاينة وتأثير هذا الصراع على اليهود الأمريكيين.

6. السيطرة الصهيونية على معظم وسـائل الإعـلام الغربيـة مـن صـحافة وإذاعـة وتلفزيـون وسـينما ومسرح ووكالات أنباء ... إلخ، وقلبها للكثير من الحقائق بما يخدم مصالحها ويغلبها على المصالح الاخـرى كافة, مما سهل تقبل ما يقدمه هذا الإعلام مـن صـور سـلبية وسـيئة عـن المسـلمين والعـرب، فالدعايـة الصهيونية تمارس تأثيرها من خلال سـيطرتها عـلى وسـائل الإعـلام الغربيـة وخاصـة في الولايـات المتحـدة

الأمريكية، إضافة إلى ما يعده الصهاينة من تنظيمات تعتمد على الإتصال الشخصي في تحقيق أهدافهم (علي عجوة، 2002: 92).

7. الإسلاموفوبيا أو الخوف من الإسلام، سبب آخر لعمليات التشويه والتمييع لصورة الإسلام انطلاقاً من مرض الخوف منه، فهذا المصطلح هو الأكثر تعبيراً عن عقدة الخوف والهلع من إنتشار الإسلام ونفوذ قوته الدينية والثقافية والبشرية داخل المجتمعات والدول الغربية، وعلى هذا الأساس؛ عمل الإعلام الغربي على إشاعة روح الخوف من الإسلام وإحداث نوع من الإقتناع لدى الإنسان الغربي بأن الإسلام دين مخيف وعدو وخطر محدق بالحضارة الغربية (منتصر حاتم حسين، 2011: 296).

ويجمل (بول فندلي)، وهو عضو سابق في مجلس النواب الأمريكي، والذي خبر العالم الإسلامي عن قرب، الأسباب التي تقف خلف جهل الأمريكيين، والغربيين عموماً، بالإسلام وتبنيهم صوراً نمطية مضللة عنه، بما يأتي:

1. دور اللوبي اليهودي في تقديم صورة سيئة عن المسلمين، وتصوير (إسرائيل) على أنها دولة ضعيفة، يهدد العرب والمسلمون أمنها ووجودها.

2. الاقتصار على الحديث عن الأخلاق اليهودية والمسيحية في المجتمع الأمريكي، بوصفها الأخلاق العالية المقبولة الجديرة بالاتباع، مع تجنب الإشارة إلى الأخلاق الإسلامية، وتصويرها بشكل سلبي منفر في حال الحديث عنها، بحيث غدت اليهودية والمسيحية في نظر الأمريكي أنموذجاً للتقدم والحضارة والأخلاق، وأصبح الإسلام تعبيراً عن القوة المتخلفة والخطرة.

3. وسم الإسلام بالإرهاب والتعصب، واحتقار المرأة، والافتقار إلى التسامح مع غير المسلمين، ورفض الديمقراطية.

4. تخوف الغربيين من خطر إسلامي متصاعد، وخشيتهم من الحرب الإسلامية الغربية القادمة، وتغذية الهيئات الصهيونية لتلك المخاوف.

5. تركيز وسائل الإعلام الغربي على تصوير الحركات الإسلامية، وبخاصة حركات المقاومة، على أنها حركات إرهابية لا تحترم الديموقراطية وحقوق الإنسان، وعمل تلك الوسائل في بعض الأحيان على فبركة برامج يتم عن طريقها تضخيم دعوات بعض المسلمين إلى محاربة أمريكا و(إسرائيل) والغرب، وإخراج تلك الدعوات عن سياقها الأصلي (بول فندلي، 2001).

أما عبد الجليل ناوي خير (2006)، فقد بين أن هنالك سببين يرتبطان بالمسلمين أنفسهم، ساهما أيضاً في هذا التشويه، وهما: التقصير من طرف المسلمين في تصحيح صورة الإسلام بما يلزم من رد يتماشى ومبادئ الإسلام الحقيقية. وسلوك بعض "المسلمين" غير اللائق الذي يستغله أعداء الإسلام ضد هذا الدين الحنيف ليشوهوا صورته.

تأسيسًا على ما سبق، يمكن القول أن الإعلام الإسلامي المعاصر يمكن أن يؤدي دورًا في مواجهة حملات التشويه الإعلامي الغربي للإسلام والمسلمين بتوظيف الإعلامَيْن التقليدي والإلكتروني. ولكن ينبغي أن ينطلق هذا الدور عبر آليات وخطط مدروسة وعلمية تُنفَّذ على أرض الواقع لمواجهة هذه الحملات، وهذا يحتاج إلى وعي بصير بالمهمة والأهداف، ورسم سليم للخطط والسياسات، وتنفيذ متقن للبرامج والأعمال، من خلال رؤية استراتيجية شاملة ومتكاملة، يشترك في صياغتها قادة الفكر والرأي، وصانعو القرار السياسي وعلماء التربية والاجتماع، وخبراء الإعلام في العالم الإسلامي، فضلاً عن توظيف هذا الإعلام توظيفًا ناجحًا في تلك المواجهة.

فعلى مستوى الإعلام التقليدي، ينبغي أن ترتكز هذه المواجهة على ما يلي:

1. تقديم الصورة الصحيحة عن العرب والمسلمين وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم، إلى الشعوب الأخرى من خلال إنتاج إعلامي متميز يقدم عبر وسائل الإعلام الإسلامية الموجهة بلغات أجنبية، وفي الوقت نفسه إنتاج إعلامي عربي إسلامي لمواجهة هذا التشويه.

2. تضافر الجهود العلمية من خلال المؤسسات الأكاديمية الإعلامية والهيئات المختصة بالشئون الإعلامية في العالم الإسلامي ووسائل الإعلام التقليدية (إذاعة –

صحافة - تلفزيون)، لوضع استراتيجية إعلامية متكاملة طويلة المدى لتصحيح الصورة المشوهة عن العرب والمسلمين وقضاياهم العادلة.

3. تجديد الخطاب الديني المعاصر؛ فالأمة الإسلامية في وضعها الحالي في أمسّ الحاجة لهذا التجديد؛ لأن صورة الإسلام اليوم ارتبطت بالعنف والإرهاب وغياب الديمقراطية والتضييق على المرأة. وهذه الصورة النمطية السائدة اليوم لا تعني بالضرورة وجود خلل في الإسلام. إنما الخلل في أن حملات التضليل والتشويه التي اعتمدها الغرب لم تجد من يواجهها ويبين بهتانها باستخدام خطاب يرقى إلى درجة المواجهة ويستخدم الوسائل نفسها وأرقى الأساليب.

4. القيام بحملات إعلامية موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة والهيئات التابعة لها بالتنسيق مع القنوات الحكومية الرسمية؛ من أجل وضع التشريعات والقوانين التي تمنع التطاول على الرسالات والأديان السماوية، وتحض على احترام مختلف الطوائف وعدم المساس بعقائدها.

5. إنشاء جهاز إعلامي إسلامي للبحوث يتولى رصد وتحليل واقع ما يقدم عن الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية، وإعداد الدراسات العلمية والحقائق التي يعتمد عليها في الرد على ما يقدم من صور مشوهة أو إساءة تتعلق بالمسلمين وثقافتهم ودينهم.

6. إنشاء جهاز إسلامي للإنتاج الإعلامي يتولى إنتاج برامج وأفلام وتقارير إخبارية وغيرها تتناول الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين ونقلها إلى الشعوب الأخرى عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت وبلغات الشعوب الغربية.

7. الاستفادة من الطاقات الإعلامية والثقافية المتوافرة في العالم الإسلامي، بما يساعد على تحقيق الاستفادة من هذه الطاقات، بما يخدم تقديم صورة حقيقية وموضوعية عن الإسلام والمسلمين، وبيان المبادئ السمحة للدين الإسلامي، وأنه دين يعمل على تدعيم العلاقات الإنسانية بين البشر، وينشر مبادئ العدالة والرحمة والسلام بين مختلف الأمم.

8. إصدار سلسلة من الكتب والأشرطة والأسطوانات المدمجة (CD-ROM) للتعريف بالإسلام وسماحته باللغات المتداولة، والعمل على توزيعها على أوسع نطاق من خلال مختلف القنوات الرسمية والمدنية.

9. التنسيق مع الهيئات والمنظمات الإسلامية المعنية -ومنها مؤتمر وزراء الإعلام في الدول الإسلامية، ورابطة العالم الإسلامي، ومنظمة المؤتمر الإسلامي- وأيضًا التنسيق مع الأقليات الإسلامية في الدول الغربية؛ حيث يمكن للأقليات المسلمة في العالم الغربي أن تؤدي دورًا فاعلاً في تصحيح صورة المسلمين في وسائل الإعلام؛ وذلك إذا تم التنسيق بينها؛ ليس فيما يتعلق بمواجهة التغطية السلبية للإسلام فقط، بل وفي تنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية اللازمة، باعتبار المسلمين في الدول الغربية هم الأكثر فهمًا لطبيعة الجمهور المستهدف وأساليب مخاطبته.

أما على مستوى الإعلام الإلكتروني، فينبغي تفعيل هذا الإعلام، على أن ترتكز فيه المواجهة على ما يلي:

1. تقديم الإسلام والتعريف به وبحضارته وتاريخه من خلال لغة خطاب عصري إلكتروني متوازن.

2. تقديم النماذج الإسلامية والعربية الناجحة، وإبراز دورها في تحقيق نهضة وتقدم الحضارة على مدار التاريخ الإنساني.

3. العمل على التصدي أولاً بأول لكل ما يثار في الغرب من شبهات تؤثر في صورة الإسلام والمسلمين.

4. تشجيع المبادرات الذاتية للأفراد المؤهلين من المهنيين وأساتذة الإعلام الذين يتعاملون مع تكنولوجيا العصر - وفي مقدمتها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)- من أجل توظيف مهاراتهم لإبراز الصورة الصحيحة للعرب والمسلمين، وتفنيد الأكاذيب التي دأبت أجهزة الدعاية الصهيونية على ترويجها دائمًا.

5. الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال الفضائيات والإنترنت، بإنشاء قنوات إسلامية موجهة بلغات الدول الغربية، وكذلك مواقع إسلامية على شبكة الإنترنت؛ لشرح الإسلام ومبادئه للشعوب الغربية.

6. إنشاء شبكة إسلامية للمعلومات يتم من خلالها نقل المعارف والمعلومات في مختلف الدول الإسلامية، بما يساعد على تبادل المعلومات والخبرات، وخاصةً في المجالات المرتبطة بتصحيح صورة الإسلام والمسلمين لدى المجتمعات الغربية.

7. الدعوة لإطلاق قمر صناعي إسلامي؛ حيث يمثل القمر الصناعي الإسلامي ردًّا علميًا وعمليًا على الحملات المشبوهة ضد الإسلام والمسلمين.

8. تنظيم مجموعة من ورش العمل الإعلامية حول تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها في المجالات التعليمية والبحثية. ويشارك في هذه الورش الإعلاميون من الدول الإسلامية الذين يقومون بتصحيح صورة الإسلام والمسلمين لدى الشعوب الغربية.

انطلاقًا من ذلك، ينبغي أن تضع المواقع الإسلامية استراتيجيات ردع للموقع الأجنبية المعادية للإسلام؛ وذلك بتوليها الرد على هذه المواقع بأساليب متنوعة تقوم على الشرح والإقناع والمزج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية واستخدام الأدلة والبراهين، فضلاً عن التوسع في إنشاء مزيد من المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، مع التركيز على النوعية لا على الكمية فقط.

ومن هنا، فإن التشويه المتعمد لصورة الإسلام والمسلمين عبر الإنترنت، وجبت مجابهته بحزم وبطرق علمية مدروسة وبعيدة عن الارتجالية. ولأن الإسلام لم يقف في يوم من الأيام موقف رد الفعل والدفاع، فقد وجب على المسلمين ألا يحصروا أنفسهم في موقع رد الفعل، بل عليهم أن يبادروا بتركيز أنفسهم في شبكة الإنترنت، من خلال تطوير أسلوب عرض الإسلام على العالم باستخدام الأساليب الفنية الحديثة كافةً؛ لإتاحة المعلومات الصحيحة لكل من يرغب في معرفة أي شيء عن الإسلام.

تأسيسًا على ما سبق ذكره، فإن رؤية الباحث لتحسين الصورة السلبية عن الإسـلام والمسـلمين في الغرب - مجتمعاتٍ وحكوماتٍ وإعلامًا- تتضمن استراتيجية تكتيكية ترتكـز عـلى عنـاصر ومكونـات تشتمل على ما يلي:

أولاً: المضمون الإعلامي الموجه إلى الغرب، ويشمل:

1. مضامين متصلة بمكونات الصورة الذهنية في المجتمع الغربي.

2. مضامين مشتقة مما يُنشَر في وسائل الإعلام للرد عليه باستمرار.

3. مضامين توضح تسامح مبادئ الدين الإسلامي مع الديانات الأخرى.

4. شرح شمول الدين الإسلامي للمعاملات والأمور الحياتية اليومية.

ثانياً: الجمهور المستهدف:

1.مجموعة النخبة وصناع القرار في المجتمعات الغربية.

2. أصحاب المؤسسات الإعلامية للتأثير فيهم.

3. الأحزاب والجماعات المعروف عنها ميلها إلى الموقف الإسلامي.

4. المؤسسات الرئاسية والبرلمانية والحكومية الغربية.

ثالثاً: الوسائل الاتصالية التي يمكن استخدامها:

1. إنشاء قنوات إسلامية بلغات موجهة إلى المجتمعات الغربية.

2. التوسع في استخدام الإنترنت لنشر ما يصحح الصورة السلبية عن الإسلام والمسلمين.

3. المخاطبة عبر قنوات التلفزيون في الدول الغربية (حملات مدفوعة الأجر).

4. الصحف والمجلات في الدول الغربية من خلال حملات (مدفوعة الأجر).

5. الاستعانة بوكالات متخصصة بالعلاقات العامة للقيام بحملات طويلة الأمد لتحسين الصورة السلبية عن المسلمين.

6. عقد ندوات ومؤتمرات مع الجماعات المؤثرة في تلك المجتمعات.

ويبقى الأهم من ذلك كله -من وجهة نظر المؤلف- هو أن تغيير صورة الإسلام والمسلمين في الغرب على نحو إيجابي، تكمن في تصحيح صورة الأمة الإسلامية من الداخل، بترشيد أحوالها وتحسين ظروفها وتغيير أوضاعها، وفقًا للمنهج لسليم والأسلوب القويم؛ حيث إن المسألة تتعلق أولاً بتصحيح صورة الإسلام في العالم الإسلامي قبل التفكير في إبراز هذه الصورة في المجتمعات غير الإسلامية؛ وذلك لأن صورة الإسلام في الخارج قد تظل غير واضحة القسمات ولا مكتملة الملامح ما لم يصحح المسلمون صورتهم في الداخل بما يتناسب ومتطلبات العصر ومستجداته، وفقًا لتعاليم الإسلام السمحة وقيمه الكريمة، انطلاقًا من المبدأ القرآني في قوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾ [الرعد:11]. والعمليتان التصحيحيتان ينبغي أن تسيرا بتوازٍ وتناغم.

الفصل الثاني

الإعلام الإسلامي الإلكتروني

أولاً: الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت.

ثانياً: المواقع الإسلامية الافتراضية: النشأة والتطور.

ثالثاً: تصنيف المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

رابعاً: الخصائص الفنية والتفاعلية للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

خامساً: مميزات المواقع الإسلامية وجوانب القصور فيها.

سادساً: معايير قياس وتقييم جودة المواقع الإسلامية.

سابعاً: المواقع الإسلامية الإلكترونية كوسيلة دعوية.

ثامناً: المعوقات والتحديات التي تواجه المواقع الإسلامية الافتراضية.

تاسعاً: رؤى ومقترحات مستقبلية لتطوير المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

عاشراً: توصيات لإنجاح الإعلام الإسلامي الإلكتروني

مقدمة:

تشكل وسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أهمية كبيرة للإعلام الإسلامي؛ حيث يمكن أن يوظفها الإعلام الإسلامي في التأثير في الرأي العام وتكوينه وبلورته وتوجيهه (خالد الأصور، 2002: 195).

في هذا السياق، يرى عادل عبد الله هندي (2010) أن أهمية الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام الإسلامي تنبع من اهتمام غير المسلمين بوسائل الاتصال الحديثة؛ الأمر الذي حتم على المسلمين أن يأخذوا بهذه الوسائل؛ فهي تتميز بانعدام المحدودية - أي ليس لها حدود زمانية ولا مكانية- إضافةً إلى سهولة استخدامها وتوجُه أنظار الناس إليها واهتمامهم بها، وهو ما يدعم أهميتها، فضلاً عن وصولها إلى المليارات في سائر أنحاء العالم؛ ما يعطي الإعلام الإسلامي فرصة كبيرة في الوصول إلى الجمهور العالمي بسهولة.

ومن هنا، يرتبط الإعلام الإسلامي الإلكتروني باستخدام أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال في العصر الحديث؛ حيث يُبَث عبر الشبكة العالمية للإعلام والاتصال (محمد الطيب الزواوي، 2004: 51)، وهو يعني إعادة بث الإسلام من منظور قيمي وإدراكي وفكري وعقائدي، وما يتخلل ذلك من ثوابت ومتغيرات من خلال الوسيط الإلكتروني (عبد الله الطحاوي، 2010).

لقد أضحت وسائل الإعلام اليوم أكثر تفاعليةً وأكثر تناغمًا في إطار ما تسمى بظاهرة الاندماج التكنولوجي Convergence الذي تزاوجت من خلاله ثلاث صناعات عملاقة؛ هي: الاتصالات telecommunications والحاسبات Computers والإعلام Media، ومن هنا أصبح من الضروري الاهتمام بالإعلام الإلكتروني الإسلامي؛ وذلك بإنشاء مزيد من المجلات والصحف الإلكترونية الإسلامية النوعية والمواقع الإلكترونية الدينية الإسلامية المتخصصة ذات الجودة العالية في المحتوى والشكل (آندي حجازي، 2013).

في هذا الإطار، يمكن القول أن الإعلام الإسلامي الإلكتروني ينقسم بوجه عام إلى نوعين:

الأول: إعلام رسمي:

وهذا النوع يخضع لسيطرة الدولة عبر مؤسساتها الرسمية، إلا أنه يبدو ضعيفًا بوجه عام. وليس أدل على ذلك هو عدم قدرته عى الابتكار والتطوير، واتسامه بالجمود والتقليد وعدم التجديد في أشكال العرض، كما أنه في بعض الأحيان يمارس دورًا سلبيًا في المجتمع بحكم تبعيته للحكومات؛ فهو يعمل أحيانًا على إخفاء الحقائق، غير آبه بمصادر الحصول على المعلومات، سواء كانت هذه المعلومات كاملة أو مشوهة أو مُشكَّلة من جديد من مصادر أخرى في ظل ثورة الاتصالات التي نعيشها؛ ما ينعكس عنه نتائج سلبية على المجتمع (محمد إبراهيم زيدان، 2003).

الثاني: إعلام فردي أو خاص:

وهذا النوع يمارسه غالبًا شباب مسلم غير منتظم في جهات رسمية أو جماعات وقوى معينة وبغرض شخصي أو فردي، وبحكم خبرته بالإنترنت ووسائل التعامل مع الشبكة الإلكترونية، صار أكثر إدراكًا لتقنيات هذه الشبكة وتأثيرها ولمفردات التعامل معها، فضلاً عن أن استقلاليته عن المؤسسات الرسمية تعطيه حرية أكبر في العمل وخدمة الإسلام وفق اجتهاداته الخاصة، دون قيود إدارية أو مادية تفرضها عليه أي جهة حكومية (محمد مصطفى رفعت، 2013: 161). وهذا النوع بات هو الوسيلة الأكثر نشاطًا للإعلام الإسلامي الإلكتروني كما ينبغي أن يكون في عصر الإنترنت؛ حيث إنه يمتلك إمكانات كبيرة تمنحه القدرة على تأسيس خطاب إعلامي إسلامي متكامل يخترق الحدود ويصل المتلقي ويعطيه صورة ناصعة عن الإسلام والمسلمين (جمال عبد ناموس، 2010: 289).

انطلاقًا مما تقدم، فأن الأفراد أو المجموعات الشبابية الإسلامية تبدو أكثر إدراكًا لاختلاف آليات الإنترنت، وأكثر تحررًا في قيادة معارك إعلامية فكرية؛ فهؤلاء الأفراد أكثر مرونةً وحريةً في نشر الأفكار، أو قيادة المعارك الفكرية دون قيود المؤسسات الرسمية التي قد تتحرج - لسبب أو لآخر- في الدخول في صراعات إعلامية معينة؛

حيث سمحت الثورة المعلوماتية لهؤلاء الأفراد أن يستفيدوا من إمكانيات شبكة الإنترنت والوسائل التكنولوجية الحديثة في نشر أخبار المسلمين، وإنتاج نشرات وصور وفيديوهات وندوات وفعاليات بدون حواجز أو حدود أو زمن، وهو ما لم يكن متوافرًا مع الإعلام التقليدي.

وعلى الرغم من ذلك، فإن واقع الإعلام الإسلامي في عصر ما بعد استخدام شبكة الإنترنت، لم يتغير كثيرًا، إلا باستثناءات قليلة من حيث الشكل. ولا يزال الواقع دون المأمول، ولم تحدث الاستفادة المثلى من تقنية المعلومات الجديدة لتحقيق النقلة المنتظرة للإعلام الإسلامي الإلكتروني.

ففي إطار هذا الواقع، تم جلب الأشكال أو القوالب القديمة لوسائل الإعلام الإسلامي التقليدية (المقروءة أو المسموعة أو المرئية) ونقلها إلى شبكة الإنترنت دون طرح رؤية جديدة أو منهج مختلف للتعامل مع التقنية الرقمية أو ابتكار طرق حديثة للتناول والعرض والتأثير والإقناع والتبسيط مع شبكة معلومات حديثة باتت توفر التواصل مع المسلمين في أنحاء العالم.

في السياق ذاته، فإن الإعلام الإسلامي الإلكتروني – بنوعيه: (الرسمي) و(الخاص أو الفردي)- لم يتمكن كثيرًا من استثمار إمكانيات الإنترنت؛ فالإعلام الإلكتروني الرسمي أصابه ما أصاب بعض المؤسسات الرسمية التقليدية من جمود وعدم تجديد، فأصبح يعمل بمنطق التقليد لا التجديد. وفي المقابل، فإن الإعلام الإلكتروني الخاص أو الفردي، على الرغم من أنه أكثر تطورًا من الناحية التكنولوجية، فإنه من ناحية الرسالة والهدف مشتت، وغير موحد ومتصارع أحيانًا حول الفروع، بل عمل في بعض الأحيان على نقل خلافاته وصراعاته الفكرية على الإنترنت؛ الأمر الذي أدى إلى غلبة هذه الصراعات على الهدف والرسالة الأساسية للإعلام الإسلامي، فضلاً عن عدم الاهتمام بالرسالة الأصلية وتطوير وسائل نقلها (محمد جمال عرفة، 2011: 12).

انطلاقًا من ذلك، فأن من أهم وسائل الإعلام الإلكتروني التي تضطلع بدور مهم في مجال الإعلام الإسلامي، هي المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت العامة منها أو

المتخصصة؛ حيث تمتلك هذه المواقع قدرات هائلة في نشر المعرفة الإسلامية بين صفوف الجماهير، والقيام بالدور البنائي على الصعيد الداخلي الذاتي ثم على المستوى الوقائي الخارجي، وهو موضوعنا في هذا الفصل. فقد برزت الشبكة الدولية للمعلومات كأقوى وسيلة اتصال في الوقت الحاضر؛ إذ تملك هذه الشبكة عديدًا من الميزات المرتبطة بسهولة استخدامها وقلة تكلفتها وتوفيرها الوقت والجهد والمال، وتزايد الإقبال على استخدامها لأغراض دينية.

ويمكن القول إن الطبيعة التفاعلية لشبكة الإنترنت أتاحت لمستخدميها طرقًا مختلفة للتواصل مع المحتوى الإلكتروني بها تحت مسمى الاتصال التفاعلي **Communication Interaction**، الذي فتح آفاقًا بحثية جديدة؛ حيث شهدت تكنولوجيا الاتصال تطورات مذهلة خلال السنوات الأخيرة، وكان من أبرز مظاهرها تنامي الإنترنت ودور الحاسبة الإلكترونية وشبكة الإنترنت، وتزايد أعداد مستخدميها بصورة متلاحقة، وهو الأمر الذي يثير عديدًا من التساؤلات حول الدور الذي يمكن أن تؤديه الإنترنت بين منظومة وسائل الاتصال، وحول التأثير المتوقع لها في الجمهور وفي وسائل الاتصال على السواء.

ولما كانت شبكة المعلومات الدولية على هذا النحو من التميز والأهمية وسعة الانتشار، لجأت إليها كثير من المؤسسات والهيئات والجماعات والديانات والعقائد، لتتخذ لنفسها موقعًا على هذه الشبكة، فصار لها وجودها الخاص على هذه الشبكة، وأصبحت الفرصة متاحة لأي دين بالانتشار خارج حدوده الوطنية ونطاقه الجغرافي بما فيها الدين الإسلامي.

في هذا السياق، أظهرت عديد من الدراسات الحديثة اهتمام قطاعات واسعة من الجمهور بالتعرض للمواقع الإسلامية في ظل الاهتمام المتزايد بالمضمون الديني في وسائل الإعلام المختلفة؛ حيث أشارت هذه الدراسات إلى الدور الكبير الذي يمكن أن تؤديه المواقع الإسلامية في نشر الوعي الديني وإمداد الشباب بالمعلومات الدينية بصورة أكبر من الوسائل التقليدية الأخرى (إسلام عاطف: 2010، منى جابر:

2008، أميمة عمران: 2007، طارق محمد، جمال الدين محمد: 2007، عبد الجواد سعيد، أسماء رأفت: 2007).

ومع نمو المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والاهتمام المتزايد بها من قبل الجمهور، يأتي هذا الفصل للتعرف على هذه المواقع؛ لذا يتبلور الفصل الحالي في المحاور التالية:

أولاً: الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت.

ثانياً: المواقع الإسلامية الافتراضية: النشأة والتطور.

ثالثاً: تصنيف المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

رابعاً: الخصائص الفنية والتفاعلية للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

خامساً: مميزات المواقع الإسلامية وجوانب القصور فيها.

سادساً: معايير قياس وتقييم جودة المواقع الإسلامية.

سابعاً: المواقع الإسلامية الإلكترونية كوسيلة دعوية.

ثامناً: المعوقات والتحديات التي تواجه المواقع الإسلامية الافتراضية.

تاسعاً: رؤى ومقترحات مستقبلية لتطوير المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

عاشراً: توصيات لإنجاح الإعلام الإسلامي الإلكتروني.

أولاً: الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت:

أتاحت شبكة الإنترنت مساحة افتراضية إلكترونية واسعة، توجد فيها جميع الديانات والعقائد، لتصبح هذه المساحة الافتراضية تحوي كل الديانات وتمثل كل العقائد، فصار لها حضورها الخاص على هذه الشبكة، وأصبحت الفرصة متاحة لأي دين بالانتشار خارج حدوده الوطنية ونطاقه الجغرافي، بما فيها الدين الإسلامي.

في هذا السياق، لم يقتصر الأمر على الحضور الافتراضي للديانات السماوية على شبكة الإنترنت، بل إن أصحاب الأفكار الهدامة والمبادئ المنحلة كانوا هم الأسبق في الحضور على هذه الشبكة والأكثر إفادةً منها (شعيب الغباشي، 2013: 49)، بل تعدى الأمر إلى أن يكون هنالك حضور افتراضي لديانات وضعية جديدة من صنع البشر، مثل ديانة السينتولوجي (العلمولوجيا)، وديانة (عبدة الشيطان)، فضلاً عن عديد من الديانات الوثنية الأخرى (محمد مصطفى رفعت، 2013: 243).

ومن هنا، جاءت أهمية الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت؛ حيث أظهرت دراسات عديدة أن أقل الأديان السماوية حضورًا في فضاء الإنترنت هو الدين الإسلامي، بالمقارنة بالأديان الأخرى. وتزداد هذه الأهمية مع تزايد الاتجاه العالمي للعودة إلى القيم والمعتقدات الدينية؛ حيث تمثل هذه القيم والمعتقدات لعدد كبير من مستخدمي الإنترنت، جزءًا مهمًّا من المعلومات التي يبحثون عنها في الفضاء الافتراضي (أحمد محمد صالح، 2007). أما على أرض الواقع، فإن بعض الدول - كالشيوعية على سبيل المثال- تحارب هذه الأديان، ومنها الدين الإسلامي، وتضع الموانع للحيلولة دون تواصل المسلمين فيها مع المسلمين في الخارج (صالح الرقب، 2005: 6).

وتأسيسًا على ما سبق ذكره، أصبح من الضروري أن يكون للإسلام حضور على هذه الشبكة، لا سيما بعد تزايد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم، ووجود كم هائل من المواقع الإلكترونية غير الإسلامية (منى جابر عبدالهادي، 2008: 68).

وعلى الرغم من نضوج فكرة الحضور الافتراضي للإسلام على الإنترنت، فإنه تنفيذها كان قد بدأ بجدل متوقع، أوجده ذلك الحاجز النفسي المعروف حينها بين

المسلمين الملتزمين حول استخدامات الوسائل الإعلامية، وما أُثير وقتها من آراء ووجهات نظر متباينة حول قضايا الخصوصية والإباحية، إلا أن الأمر استقر في الأخير بضرورة الحضور الإسلامي على شبكة الإنترنت (داليا يوسف، 2007).

في هذا الإطار، أسهمت بعض العوامل المرتبطة بشبكة الإنترنت على تشجيع ظهور المحتوى الإسلامي على هذه الشبكة؛ إذ إنها أتاحت مزيدًا من الحرية الدينية في الفضاء الإلكتروني بعيدًا عن الرقابة في الحياة الواقعية؛ حيث وفر هذا الفضاء حرية في التعبير عن الرأي والأفكار والمعتقدات الدينية، إضافة إلى أنها وفرت إمكانية تعرف أحكام هذا الدين بكل سهولة ويسر، من خلال المواقع الإسلامية في فضائها، فضلاً عن إقبال الناس المتزايد على شبكة الإنترنت؛ حيث أصبح الإنترنت اليوم مرجعًا للجميع في الحصول على معلومات شاملة ومفصلة عن الإسلام والمسلمين في كثير من بلدان العالم؛ حيث صار الإسلام يقتحم بيوت الناس بل وغرفهم الخاصة من خلال الإنترنت (عبد الله ردمان، 2005: 2- 3).

انطلاقًا من هذا الواقع، بدأ الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت في الظهور، وكان ظهوره قد بدأ في وقت مبكر من ظهور الويب (1,0) - أي الجيل الأول-؛ حيث تم إنتاج المحتوى الإسلامي على الإنترنت من قبل مستخدمين مسلمين مع تزايد إمكانية استثمار الفضاء الإلكتروني بشكل أكبر، إلا أن نقطة التحول في ظهوره الحقيقي جاءت مع ظهور الويب (2.0) - أي الجيل الثاني- في السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين؛ حين كشف هذا المحتوى وجودًا متزايدًا للمسلمين، من أجل التعبير عن هويتهم الإسلامية وإحساسهم بالانتماء الديني، فضلاً عن فهمهم للإسلام بشكل أكبر عبر مشاركتهم في الفضاء الإلكتروني (أرتورو جيريرو إنتريا Arturo Guerrero Enterría،2011).

ويمكن القول إن هدف الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت، يتمثل فيما يأتي:

1. شرح مبادئ الإسلام، والرد على تساؤلات الجمهور، فضلاً عن الرد على الافتراءات المثارة حول الإسلام (زينب محمد حامد، 2007: 246).

2. تثقيف وتوعية القراء حول الإسلام وحول رسالته، وإيصال تعاليم الإسلام إلى أبعد نقطة من بقاع الأرض لا يمكن الوصول إليها إلا من خلال الإنترنت (محمد ساتي Mohammed Sati، 2009).

3. دعوة غير المسلمين إلى الإسلام، والتعريف بالقضايا الدينية، والرد على الشبهات حول الإسلام، ومتابعة ما يكتب عنها، ونشر أخبار العالم الإسلامي والأحداث المتعلقة به (إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، 2006: 27).

4. توفير مساحة تفاعلية للدعوة عبر الويب، تستخدمها مختلف الفئات الدينية الإسلامية عبر البرامج الإسلامية والثقافية والحوار العقلاني الهادئ مع الآخرين (سوكرون كامل وآخرون Sukron Kamil and others، 2011: 4) فضلاً عن إتاحته فرصة لتبادل الآراء والموضوعات الإسلامية المتنوعة عبر المنتديات والمواقع الإلكترونية الإسلامية ومواقع الدردشة من أجل التواصل مع الآخرين في البلدان غير المسلمة ونشر الإسلام بينهم (جون أندرسون Jun Anderson، 2000: 39)، مع توفير فضاء إلكتروني عام يستطيع أن يعبر من خلاله الأفراد عن المعاني الدينية للإسلام (بارك جن كيو Park Jin Kyu، 2004: 16).

5. تشكيل الهوية الدينية والثقافية للمسلمين في العالم، مع إمكانية تعبيرهم عنها بسهولة (أرماندو سلفاتور ودال إيكلمانArmando Salvatore & Dale Eickelman، 2003: 52).

في سياق تعريف مصطلح الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت، فهو يشير إلى المحتوى الإسلامي الموجود في الفضاء الافتراضي، بما فيه من قضايا وموضوعات ومفاهيم ووجهات نظر مختلفة يتم تناولها برؤية إسلامية، على مختلف المواقع والمنتديات ومجموعات النقاش والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي كفيس بوك وتويتر ويوتيوب، ومن ثم فهو يوفر فرصة جيدة للتواصل بين المسلمين في مختلف أنحاء العالم، إضافة إلى أنه يشكل الهوية الإسلامية الافتراضية بمختلف أبعادها الثقافية والعقائدية والعادات والتقاليد الإسلامية ونمط الحياة الإسلامية التي تجمع الأفراد في ساحات الفضاء الإلكتروني العام، وتعكس نمط العيش الإسلامي في البيئة لافتراضية على شبكة الإنترنت (سميتا ميشرا وجابي سيمان Smeeta Mishra & Gaby Semaan، 2010: 89- 90).

وعلى الرغم من البداية المترددة للحضور الافتراضي للإسلام على الإنترنت، فإنه سرعان ما بدا أكثر حيويةً ونشاطًا، مقارنةً بوسائل الإعلام التقليدية الأخرى؛ حيث أصبحت هذه الوسيلة الجديدة - أي الإنترنت- بالنسبة إلى المسلمين، تقدم فرصًا جيدة وجديدة للتعريف بالإسلام وتعاليمه ونشر ثقافته، بل أصبح هنالك، وخلال سنوات قليلة، مئات من المواقع الافتراضية الإسلامية التي تعمل على نشر الإسلام عالميًا عبر فضاء الإنترنت (محمد مصطفى رفعت، 2013: 238).

في السياق نفسه، أتاح الخضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت، مستويات عديدة من التواصل بين المسلمين؛ فعلى المستوى التعبدي، هيأ الفرصة للمستخدم المسلم أن يقرأ النصوص الإسلامية والفتاوى، ويستمع للقرآن الكريم ويشاهد المقاطع الإسلامية، ويتجول افتراضيًا بين المعارض والمتاحف وروائع العمارة والمساجد الإسلامية (علي حمودة جمعة سليمان، 2011: 92).

على المستوى الاجتماعي، منح هذا الحضور فرصة لتفاعل المسلمين بعضهم مع بعض كما لم يحدث من قبل، بل فرض واقعًا جديدًا على المسلمين في الغرب؛ إذ أسهم في إدراكهم ما يدور حولهم في العالم الإسلامي، فضلاً عن تبادلهم المعارف والخبرات بكل حرية وبعيدًا عن أي قيود؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى ظهور مجتمع مسلم متماسك

يمتلك هوية إسلامية في الفضاء الإلكتروني، يعمل على نشر قيم الإسلام عالميًا (عبدالرحمن عزي Azzi Abd Er-Rahmane، 1999).

وعلى مستوى السلوك العملي، أتاح هذا الحضور ما أُطلق عليه "العمل الخيري الإسلامي الإلكتروني"، كإنشاء جمعيات خيرية على الإنترنت، مثل جمعيات خير أونلاين، أو جمع الزكاة بالفيزا كارت، أو عمليات الشراء الإلكتروني للأضاحي، كما أن هذا النشاط الخيري الدعوي قد استفاد كثيرًا من التواصل المباشر مع الجمهور عبر الإنترنت وبلا قيود (محمد جمال عرفة، 2011: 6).

تأسيسًا على ما سبق، يرى الباحث أن ملامح الحياة الإسلامية الواقعية، توجد في الفضاء الافتراضي على هذه الشبكة، كما توجد على أرض الواقع؛ فهناك الفتاوى والأذان والخطب ودروس العلم الشرعي والتلاوات القرآنية، وهناك التوجهات الفكرية والمناهج الإسلامية المختلفة؛ الأمر الذي يؤكد عدم انفصام الحضور الافتراضي للإسلام في فضاء الإنترنت عن الواقع؛ فالتنوع الموجود في فضاء الإنترنت موجود على أرض الواقع.

من جانب آخر، لا يقتصر الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت على الجيل الأول للويب، كالمواقع الإلكترونية وحسب، بل يمتد ليشمل تطبيقات الجيل الثاني من الويب، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، كفيس بوك وتويتر واليوتيوب، ويوجد أيضًا في سياق منتديات وصفحات شخصية ومدونات افتراضية إسلامية، مما يعكس معالم الهوية الإسلامية على الويب (سابيرا أوجينيا Siapera Eugenia، 2010: 16)، إلا أن اباحث سيركز على المواقع الإسلامية الافتراضية كما سيتضح في المحور اللاحق.

خلاصة القول:

بناءً على ما تقدم، يتبين أن الحضور الافتراضي للإسلام على شبكة الإنترنت، كان قد بدأ ضعيفًا وبطيئًا وبجدل متوقع، إلا أنه في الأخير ملأ فضاء الإنترنت، وصار المسلمون في أنحاء العالم كافةً يعتمدون عليه في كثير من أمورهم الدينية والدنيوية، على الرغم من أوجه القصور التي يعاني منها والتحديات والمشكلات التي تواجهه.

ثانياً: المواقع الإسلامية الإفتراضية ... النشأة والتطور:

كما سبق أن ذكرنا، فإنه لما كانت شبكة الإنترنت تمتاز بقدر كبير من التميز والأهمية وسعة الانتشار، حتى أصبحت أقوى وسيلة إعلامية عالمية من حيث التأثير؛ لذا وانطلاقًا من ذلك، لجأت كثير من الديانات إلى استثمار هذه الشبكة؛ لتحقيق أوسع انتشار لها والقيام بنشاطات أكبر في الإعلام والدعوة والتبشير والدعاية، فظهرت كثير من المواقع الإلكترونية التي تمثلها، أملاً في التعريف بها وعملاً للتواصل مع جمهورها، ومنها المواقع الإسلامية الافتراضية على شبكة الإنترنت.

في هذا السياق، ارتبط ظهور المواقع الإسلامية الافتراضية مطلع التسعينيات، وتحديدًا في عام (1993)، باللغة الإنجليزية، ثم ظهرت مواقع أخرى بلغات مختلفة، لكن معظمها كان محدود التأثير ويحتوي على معلومات سطحية وكثير منها غير صحيح (منى محمود عبد الجليل، 2011: 156، منى جابر عبد الهادي، 2008: 72، زينب محمد حامد، 2007: 106، محمد الطيب زاوي، 2004: 236، أكرم محمد زكي خضر، 2004: 376).

وفي سياق نشأة هذه المواقع، بدأت محاولات إنشائها في بادئ الأمر على المستوى الدولي، عبر مبادرات فردية ثم جماعية، وبعد ذلك بدأ الاهتمام بإنشائها على المستوى العربي.

على المستوى الدولي، بادر بعض الطلبة المسلمين في الولايات المتحدة الأمريكية بتدشين مواقع احتوت على معلومات سطحية عن الإسلام باللغة الإنجليزية، ثم ظهرت بعد ذلك مواقع لعدد من الهيئات والمؤسسات الإسلامية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، استهدفت نشر الإسلام ورد الشبهات التي تثار حوله، ومنها موقع "الجمعية الرئيسية للمسلمين" في الولايات المتحدة الأمريكية، وموقع "المركز الإسلامي" في جنوب كاليفورنيا، وموقع "مجلس العلاقات الإسلامية الأمريكية"، وموقع "مركز اكتشاف الإسلام"، وموقع "المؤسسة الإسلامية" في بريطانيا، وجميعها باللغة الإنجليزية؛ حيث كانت هذه المواقع تختص بالنقل من الكتب والكتيبات الإسلامية (لولوة الغنام، 2011: 70)، ثم جاءت بعد ذلك مرحلة

التطور التقني التي تميزت بظهور مواقع إسلامية متطورة من حيث التصميم والإخراج، ثم تلتها مرحلة ظهور مواقع الجماعات والأحزاب الإسلامية، ثم جاءت المرحلة الرابعة التي كانت لمواقع العلماء والمشايخ، ثم ظهرت المواقع الإسلامية الشاملة في المرحلة الأخيرة (أكرم محمد زكي خضر، 2004: 376).

في سياق متصل، وعلى المستوى المحلي، بدأ الاهتمام العربي الإسلامي بأهمية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات، وخصوصًا الإنترنت، فظهرت بعض المواقع الإسلامية باللغة العربية (زينب محمد حامد، 2007: 106). ولم يتعد عدد الأقطار العربية التي نشرت معلومات دينية إسلامية على الشبكة العالمية للمعلومات حتى سنة (1995) ثلاث دول؛ هي: الكويت والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة. وكانت المشكلة الأولى التي واجهت هذه الدول هي أن البرامج المستخدمة لنشر المعلومات على الشبكة واسترجاعها لم تكن تعتمد على الخط العربي؛ لذلك نجد أن بعض هذه المواقع عمدت إلى تصوير صفحاتها (محمد الطيب زاوي، 2004: 236)؛ حيث لم يكن أمام هذه المواقع سوى خيار واحد، وهو أن تلجأ إلى مسح مضمونها بالماسحات الضوئية (Scanner) وعرضها على شكل صور في صفحات الويب (رامي شريم، 2001: 21).

وفي أواخر عام (1996)، أعلنت المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة إيسيسكو ISESCO التي تتخذ من الرباط في المغرب مقرًّا لها، عن إقرار مشروع متطور يتم بموجبه بث تعاليم الدين الإسلامي والقرآن الكريم على شبكة الإنترنت. ومن هنا، تزايدت المواقع الإسلامية العربية في المجال الافتراضي (منى جابر عبد الهادي، 2008: 72).

وعلى الرغم من أن مرحلة ظهور المواقع الإسلامية العربية كانت في بدايتها متواضعة، ولم تصل إلى مستوى نشر الإسلام وتصحيح صورته عبر شبكة الإنترنت، فإن المتابع لتطورها سيلاحظ القفزات النوعية والكمية التي تسجلها هذه الشبكة في بناء المواقع المختصة بالشئون والقضايا الإسلامية، وسيلاحظ أن تزايد أعداد هذه المواقع تبدو للوهلة الأولى لافتة للنظر؛ وذلك بالمقارنة مع ما كانت عليه هذه المواقع

في بداياتها الأولى وما هي عليه الآن من تخصص وتنوع وثراء (محمد الطيب زاوي، 2004: 236)؛ حيث ظهرت في الآونة الأخيرة عديد من المواقع الإسلامية المتميزة يقوم عليها متخصصون بمجالات مختلفة، تدعمهم هيئات وشركات ومنظمات ووزارات إسلامية في بلدان مختلفة من العالم الإسلامي. وتتميز هذه المواقع بحسن التخطيط لها، بحيث خرجت في تصميمات جيدة ومادة أفضل (منى محمود عبد الجليل، 2011: 157).

في سياق متصل، فإن المتابع للثورة المعلوماتية والاتصالية في عصر الإعلام والمعلومات، يجد مئات المواقع العربية الإسلامية على شبكة الإنترنت، تتخصص بمجالات شتى من علوم وشئون إسلامية وقرآنيات وأحاديث شريفة ودعوة إسلامية وتاريخ وحضارة إسلامية، بجانب اللغة والآداب، وهي متعددة وغزيرة فيما تقدمه من معلومات وإرشادات وخدمات فقهية وعلمية (أحمد محمود أبو زيد، 2010)، إلا أن العائق الأول الذي واجه هذه المواقع حتى منتصف التسعينيات، هو افتقاد الساحة المعلوماتية برمجيات تدعم اللغة العربية كما تمت الإشارة إليه؛ لذلك جاءت المواقع الإسلامية الأولى باللغة الإنجليزية؛ حيث كانت هذه المواقع تمسح مضمونها بالماسحات الضوئية (Scanner) وتعرضها على شكل صور في صفحات الويب؛ ما يؤدي إلى الإبطاء في إظهار المعطيات على شاشة المستخدم والحد من قدرته على التعامل معها، سواء على مستوى التخزين أو على مستوى إعادة معالجة المعلومات، بالإضافة إلى ارتفاع كلفة هذا النوع من تقنيات العرض بالمقارنة بتقنيات النص (رامي شريم، 2001: 21)؛ لذلك اعتُبِرَ برنامج سندباد لشركة صخر للمعلوماتية إنجازاً مهمًا في مجال إدخال اللغة العربية في تكنولوجيات الحوسبة، فهو نظام تعريب متكامل لبرنامج "نافيجاتور نيتسكب Navigator Netscape 3.x"، كما وضعت شركة صخر نسخة تجريبية من سندباد تعمل مع "نافيجاتور نيتسكب Netscape 4.x Navigator" يمكن تشغيله على أي إصدار من Windows 95 سواء العربية أو الإنجليزية أو الفرنسية أو الألمانية أو غيرها (محمد الطيب زاوي، 2004: 241).

وعلى الرغم من عدم وجود إحصاءات دقيقة لعدد المواقع الإسلامية الافتراضية - وإن كانت قد أشارت بعض الدراسات في هذا المجال إلى وجود نحو (13) ألف موقع إسلامي (عبد الله الطحاوي، 2010)، فإن مختلف المؤشرات تؤكد أنها في تنامٍ وتزايد مستمر على شبكة المعلومات الدولية. ولتأكيد ذلك، استخدم الباحث محرك البحث "جوجل" مستخدمًا علامة البحث (inurl) [*] للبحث عن كلمة "Islam" باللغة الإنجليزية المتضمنة في عناوين المواقع (Inurl:Islam)، فأسفرت النتائج عن وجود (1,920,000) موقع أجنبي. وعند البحث عن كلمة "الإسلام" باللغة العربية باستخدام صيغة (الإسلام:Inurl)، أسفرت النتائج عن وجود (36) ألف ومائة موقع عربي[1]. وبعد أكثر من عام، أعاد الباحث عملية البحث وبالطريقة نفسها، فأسفرت النتائج عن وجود (2,100,000) موقع أجنبي، و(41) ألف ومائتي موقع عربي يرتبط بالإسلام[2].

وهكذا يتضح لنا تصاعد عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت سواء العربية منها أو الإنجليزية. فهذه المواقع أصبحت كثيرة، ومتعددة المذاهب والأفكار والأهداف، لكن هل المقصود بهذه المواقع هو كل موقع يتحدث عن الإسلام، أم هو الموقع الذي عنوانه الإلكتروني يرتبط بالإسلام، أم هو صفحة إسلامية في موقع شخصي؟ ومن هنا، فإن عملية حصر المواقع الإسلامية ينبغي أن ترتبط بالتنوع والتخصص لا بالعدد أو الكمية فقط.

(*) فائدة استخدام علامة inurl هي البحث عن جميع المواقع التي تحوي كلمة في عنوان الموقع على الإنترنت مثال: عند البحث عن المواقع التي تحوي كلمة "islam" وذلك في عنوانها على الإنترنت يكتب البحث بهذه الصورة: inurl:islam.

(1) تم إجراء هذا المسح عبر المحرك http://www.google.com.eg بتاريخ 22-2-2012.

(2) تم إجراء هذا المسح عبر المحرك http://www.google.com.eg بتاريخ 31-5-2013.

خلاصة القول:

إن نشأة المواقع الإسلامية الافتراضية قد ارتبطت في بداية الأمر بجهود فردية، ثم بمبادرات جماعية، إلى أن ظهرت بشكلها الحالي على الإنترنت، وهي بحاجة إلى مزيد من التطور والتقدم - لا سيما العربية منها - بعيدًا عن التقليد والتكرار في المضمون، فضلاً عن استثمار على أعلى مستوى لإمكانيات شبكة الإنترنت؛ لتثبت حضورها القوي في فضاء الإنترنت.

أما التعرُّف إلى ما وصلت إليه هذه المواقع من تخصص وتنوع وثراء، وللوقوف على طريقة تنظيم هيكلة هذه المواقع وأسلوب عرضها وطريقة تمويلها - أي عملية تصيف المواقع الإسلامية الافتراضية على شبكة الإنترنت- فهذا ما سنبحثه في المحور التالي.

ثالثاً: تصنيف المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت:

تتعدد تصنيفات المواقع الإسلامية الافتراضية وتتنوع إلى فئات مختلفة؛ حيث وضعت عديد من الدراسات والأبحاث التي تناولت هذه المواقع، تصنيفات مختلفة لها. ومن هنا يمكن تصنيفها - كما وردت في هذه الدراسات - تبعًا للجهات القائمة عليها، أو تبعًا للمضمون، أو لاحتراف، أو التمويل، أو الهيكلة الإدارية، أو التكوين، أو أسلوب العرض، أو الجمهور المستهدف (منى محمود عبد الجليل، 2011: 158، إسلام عاطف، 2010: 82، حسن مظفر الرزّو، 2009: 3، أيمن محمد عبد القادر الشيخ، 2008، أكرم محمد زكي خضر، 2004: 377 - 378، هشام جعفر، 200: 238- 242).

على مستوى الجهات القائمة على المواقع الإسلامية، أشارت هذه الدراسات إلى قسمين منها: قسم قام بتأسيسه والإشراف عليه مؤسسات علمية ورسمية، والقسم الآخر قام بتأسيسه بعض الأفراد والشخصيات الدينية. وعلى هذا الأساس، قدمت الباحثة منى محمود عبد الجليل (2011: 158)، تصنيفًا للمواقع الإسلامية وفقًا للجهات القائمة على رعايتها، كما يلي:

1. مواقع أنشئت بدعم حكومي: كموقع وزارة الأوقاف القطرية، وموقع دائرة الأوقاف والشئون الإسلامية في دبي، وموقع وزارة الأوقاف الكويتية، وموقع دار الإفتاء المصرية، وغيرها من المواقع الإسلامية الحكومية.

2. مواقع أنشئت بدعم مؤسساتي: مثل مواقع الجمعيات الخيرية أو المنظمات الإسلامية أو الجمعيات الطلابية في الجامعات العربية والأوربية والأمريكية.

3. مواقع أنشئت بجهود شخصية فردية، مثل موقع نسيج الإسلامي، وسلسبيل، والمحدث، والجنة، وبيت القرآن، والمنبر، والدر المكنون، والمحراب، والمشكاة، وغيرها.

في سياق متصل، وضع الباحث حسن مظفر الرزّو (2009: 3) تصنيفًا للمواقع الإسلامية طبقًا لمضامينها؛ حيث قسمها إلى مواقع إسلامية عامة، أو دعوية، أو تعنى بالسنة النبوية، أو بأئمة العلم الشرعي والدعاة، ومواقع شبكات إسلامية، أو مكتبات

إسلامية، أو مواقع تعنى بالقرآن وعلومه، ومواقع تودع فيها الفتاوى، ومواقع إذاعات إسلامية، ومواقع مجلات إسلامية، ومواقع تعنى بجمع الحديث النبوي، وأخرى خصصت لنصرة النبي الكريم محمد صلى الله عليه وسلم، ومواقع تعنى بمسائل الإعجاز العلمي، وأخرى تعالج مسائل المرأة، وأخيرًا مواقع لعدد من المساجد الإسلامية.

وطبقًا لموضوعاتها، صنف الباحث أكرم محمد زكي خضر (2004: 377) مواقع الإنترنت الإسلامية إلى:

1. مواقع الحج والعمرة.
2. مواقع الصيام وأحكامه.
3. المواقع الاجتماعية والتربوية للأسرة المسلمة.
4. مواقع تعليمية للداخلين حديثًا في الإسلام.
5. مواقع تفسير الأحلام والتاريخ الإسلامي والأدب الإسلامي.

أما الباحث هشام جعفر (2004: 238-242)، فقد قدم تصنيفًا شاملاً للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت من حيث المحتوى والاحتراف والتمويل والهيكلة الإدارية والتكوين وأسلوب العرض والجمهور المستهدف، كما يلي:

1. تصنيفها من حيث المحتوى إلى:

أ- مواقع نوعية: وتشمل المواقع التجارية والتسويقية والإعلانية والإخبارية.

ب- مواقع عامة: وتنقسم إلى مواقع شاملة ومواقع إعلامية مساندة.

2. تصنيفها من حيث الاحتراف إلى:

أ- مواقع هواة: ويقوم عليها شخص أو مجموعة أشخاص من الهواة غير المتفرغين.

ب- مواقع محترفين: وتديرها مؤسسات محترفة ومتخصصة تستعين بكفاءات محترفة في العمل الإعلامي الإسلامي.

ت- مواقع آخذة في الاحتراف: وهذه المواقع غالبًا ما تكون تطويرًا لمواقع الهواة أو بعض المواقع الشخصية.

3. تصنيفها من حيث التمويل إلى:

أ- تمويل شخصي: ويكون التمويل في هذه الحالة صادرًا عن أشخاص بعد شرائهم مساحة على الشبكة وبنائهم الموقع وتصميمه وإمداده بالمواد والمعلومات المراد نشرها.

ب- تمويل مؤسسي: وغالبًا ما يصدر عن شركة أو مؤسسة.

ت- تمويل مؤسسي خيري عن طريق التبرعات الخيرية والأوقاف والإسهامات التطوعية.

ث- تمويل مؤسسي تجاري عبر العمليات التجارية والتسويقية التي تتم عبر الإنترنت.

ج- تمويل مؤسسي ترويجي عن طريق الدعاية والإعلانات. وهذه تتبع مؤسسات وشركات ربحية.

4. تصنيفها من حيث الهيكلة الإدارية إلى:

أ- هياكل إدارية بسيطة: أي مجموعة محدودة من العاملين يديرهم صاحب الموقع أو مديره.

ب- هياكل إدارية معقدة: وتتضمن فريق عمل كبيرًا ومتخصصًا، لا سيما في المواقع الكبيرة أو البوابات الشاملة.

ث- هياكل إدارية ممتدة: وهي المواقع التي لها أكثر من مقر جغرافي أو مكاتب إقليمية متعددة.

5. تصنيفها من حيث التكوين إلى:

أ- مواقع بسيطة: أي مواقع محدودة الأقسام والفئات والمواد التي تبثها.

ب- مواقع كثيفة ومركبة: أي تلك التي تمتاز بكثافة الأقسام والفئات والمواد التي تبثها.

6- تصنيفها من حيث أسلوب العرض إلى:

أ- مواقع تعتمد على الإبهار: أي تعتمد على الألوان والصوتيات والرسوم لمتحركة والتصميمات الجذابة.

ب- مواقع تعتمد على المعلومة: أي عرض المعلومات والأفكار بصورة سهلة وبسيطة.

ت- مواقع تعريفية: أي تعريف الجمهور بالأنشطة التي تقوم بها مؤسست أو منظمات معينة.

7- تصنيفها من حيث الجمهور المستهدف إلى:

أ- مواقع تستهدف الجمهور المتخصص: أي جمهور الأطباء أو الأساتذة الجامعيين أو الدعاة أو غيرهم.

ب- مواقع تستهدف الجمهور العام بجميع شرائحه وفئاته.

ت- مواقع تستهدف الجمهور النوعي مثل جمهور الأطفال أو النساء أو الشباب.

انطلاقًا من التصنيفات السابقة، فقد أمكن لنا أن نضيف تصنيفًا آخر يرتبط بالمواقع الإسلامية، وفقًا لاهتماماتها بالشأن الإسلامي والقضايا التي تلقي الضوء عليها. ويتكون هذا التصنيف من عشر فئات. وبعد مسحنا عددًا من المواقع الإسلامية الإلكترونية عبر بعض محركات البحث، مثل محرك بحث جوجل، ومحرك

بحث ياهوو، وبعض مواقع الإنترنت والمواقع الإسلامية، مثل دليل سلطان للمواقع الإسلامية؛ فقد أمكن تصنيف هذه المواقع إلى 10 فئات، كما يلي:

1. مواقع متخصصة بالدفاع عن الإسلام وتصحيح صورته.
2. مواقع متخصصة بالرد على افتراءات المواقع المعادية للإسلام.
3. مواقع متخصصة بالأقليات المسلمة في العالم.
4. مواقع متخصصة بالمرأة المسلمة.
5. مواقع متخصصة بالتنشئة والتربية الإسلامية للأطفال.
6. مواقع متخصصة بالطب الإسلامي.
7. مواقع متخصصة بالتسوق الإسلامي.
8. مواقع متخصصة بالتعليم الإسلامي عن بُعد.
9. مواقع متخصصة بالألعاب الإلكترونية الإسلامية.
10. مواقع متخصصة بتقديم خدمات إسلامية متنوعة.

وبناءً على ذلك، ومن التصنيفات السابقة، نرى أنه لا يوجد تصنيف علمي موحد للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، كما أنه لا يمكن حصر جميع المواقع الإسلامية؛ لتنوعها وكثرة انتشارها، فضلاً عن الخلط والاضطراب الموجود في تحديد مسمى الموقع؛ فما قد يعده البعض موقعًا دعويًا، على سبيل المثال، قد لا يوافقه على ذلك البعض الآخر؛ ما يعني ضرورة وجود جهة أو هيئة تعنى بتصنيف المواقع الإسلامية من خلال وضع معايير وضوابط يعتمد عليها في تصنيف هذه المواقع.

رابعاً: الخصائص الفنية والتفاعلية للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت:

يمكن القول إن المواقع الإسلامية الإلكترونية يمكن أن تكون مواقع متميزة في الطرح، وتخدم الإسلام جيدًا. وعلى هذا الأساس؛ ينبغي أن تحتوي هذه المواقع على عدد من الخصائص الفنية والتفاعلية في آن واحد لتحقيق هذا الهدف. ومن هذه الخصائص ما يلي (أحمد محمود أبو زيد، 2010):

1. جودة المحتوى من حيث وفرة المعلومات المنشورة وشمولها وتغطيتها مجالات تخصص الموقع وأهدافه، وأيضًا تعدد لغات هذا المحتوى ليصل إلى أكبر عدد ممكن من مستخدمي الإنترنت.

2. سهولة تصفح الموقع والتنقل بين أجزائه. وهذه السهولة تعتمد على جودة تنظيم صفحاته وترابطها وتوافر أدوات بحث داخل المحتويات.

3. توافر الخدمات التفاعلية، مثل الدردشة وسجل الزوار وخدمات أخرى، مثل توافر فرص عمل وعرض طلبات الزواج أو بريد مجاني أو أجندة أو مفكرة أو بطاقات تهنئة ... إلخ.

4. التكامل مع بقية المواقع الإسلامية الأخرى للبُعد عن التكرار مع وجود ربط بهذه المواقع.

5. البُعد عن الخلافات المذهبية والسياسية لتحقيق أكبر قدر ممكن من العالمية والانتشار.

6. جودة التصميم وجمال الرسوم والإطارات.

7. توافر العمل المؤسسي في نشر الصفحات والمواقع الإسلامية على الإنترنت من خلال تحقيق الدعم المادي والدعم الفني المتخصص بالعمل.

8. ضرورة وجود فريق عمل لكل موقع، يتخصص أفراده؛ كلٌّ حسب مجاله، بحيث يتحقق في النهاية التكامل والنجاح لهذه المواقع؛ فالشبكة الإسلامية الناجحة تتطلب وجود فريق شرعي وفريق فني وفريق إعلامي وفريق استشاري.

في السياق نفسه، ترى الباحثة منى جابر عبد الهادي (2008: 97) أن هنالك مجموعة أخرى من الخصائص ينبغي للمواقع الإسلامية أن تمتاز بها، وهي:

1. أن تتخصص بعض المواقع الإسلامية في طرح الدعوة الإسلامية لغير المسلمين وللمسلمين الجدد.

2. أن تتولى بعض المواقع الإسلامية مواجهة المواقع التي تحمل أسماء إسلامية، لكنها في الحقيقة تبث مفاهيم وأفكارًا وعقائد مخالفة للإسلام.

3. ضرورة توافر الدعم والموازنة لتحقيق التنوع والتطوير المستمر؛ للمحافظة على زوار الموقع وجذب زوار جدد؛ فالصفحات الجامدة يقل عدد زوارها تدريجيًا، بل قد لا يزورها أحد فيما بعد، فلا بد من البحث المستمر والتطوير والتجديد لتحقيق الحضور للمواقع والشبكات والصفحات الإسلامية.

4. تحديد شريحة الجمهور التي سيهتم الموقع بمخاطبتها؛ فاختلاف الفئات العمرية والتخصصات يمكن أن يخلق تشتتًا بين الجمهور؛ فمخاطبة الشباب تختلف عن مخاطبة كبار السن.

5. تحديد الموقع؛ أمتخصص أم عام؛ فهذا الأمر يساعد على تحديد محتوى الموقع ويسهل عملية إدارته؛ حيث إن كثيرًا من المواقع الإسلامية تعيش حالة ما بين التخصص والشمولية، ولا يعرف المستخدم أين يصنفها.

خامساً: مميزات المواقع الإسلامية وجوانب القصور فيها:

يمكن القول إن المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، بإمكانها أن تكون وسيلة إلكترونية فعالة وناجحة دعويًا وعلميًا وثقافيًا، وفي الدفاع عن الإسلام، فضلاً عن تصحيح صورته، إذا وُظِفَت توظيفًا صحيحًا؛ لأنها تجمع كل مميزات الوسائل التقليدية من إذاعة وصحافة وتلفزيون، فضلاً عن مميزات الإنترنت. وعلى هذا الأساس، فإن للمواقع الإسلامية مميزات امتازت بها، وفي الوقت نفسه جوانب قصور أثرت فيها.

في سياق المميزات والإيجابيات، قدم الباحثان شوقي عبد الله عباد (2004: 364) ومحمد يونس (2002: 133) رؤية ارتبطت بقدرة المواقع الإسلامية على نشر الإسلام إلى كثير من الشعوب التي لم تسمع شيئًا عن هذا الدين، أو الشعوب والأمم التي وصلها الإسلام مشوّهًا بصورة غير صورته الحقيقية؛ حيث فاقت الإنترنت الوسائل التقليدية في هذا الجانب، وأيضًا قدرت هذه المواقع على نشر العلم الشرعي كعلوم الشريعة بأصنافها المختلفة، فأصبح الناس يرسلون استفساراتهم وأسئلتهم الشرعية إلى الموقع الإسلامية، وكذلك مشكلاتهم الاجتماعية والنفسية، والوقوف بوجه المواقع المعادية للإسلام والرد على الشبهات المثارة حول الإسلام والمسلمين، والدفاع عن القرآن الكريم وعن نبي الإسلام محمد صلى الله عليه وسلم، وأيضًا اهتمت بقضايا وأخبار المسلمين حول العالم، كما تقدم العديد من الخدمات التي يحتاجها المسلمون في مختلف أنحاء العالم، مثل تحديد أوقات الصلاة في كل مدينة على حدة، والإجابة على الاستفسارات والتساؤلات الشرعية، وتقديم مواد خاصة تتعلق بالمناسبات الدينية، مثل موسم الحج وشهر رمضان، مع بيان مواعيد الصوم والإفطار، ووقت صلاة العيدين، والتعريف بعناوين وهواتف المراكز الإسلامية في مختلف أنحاء العالم.

انطلاقًا من ذلك يرى (محمد ساتي Mohammed Sati، 2009: 149) أن المواقع الإسلامية قد أثْرَت المحتوى الإسلامي على شبكة الإنترنت؛ فقد أتاحت هذه المواقع فرصة كبيرة لإثراء هذا المحتوى على الشبكة؛ حيث وفرت مساحة إلكترونية كبيرة من حيث حرية التعبير عن الرأي، مع تنوع هذه الساحة بأبعاد فكرية متكافئة في فرص الحوار.

في هذا الشأن، أظهر محمد جمال عرفة (2011: 5) أن المواقع الإسلامية تم استثمارها في نشر أفكار معينة أو محاربة أفكار أخرى من خلال ما تسمى "الحملات الإلكترونية الإسلامية"؛ حيث تطورت هذه الحملات في العالم الإسلامي من مجرد حملات لمناهضة مظاهر اجتماعية محلية سلبية، مثل الفيديو كليب الخليع، والدعوة إلى صيف بلا معاصٍ، إلى حملات ذات طابع دعوي وسياسي، مثل مقاطعة السلع الأمريكية أو الصهيونية مع الانتفاضة الفلسطينية، أو البضائع والمنتجات الدانماركية بعد الإساءة لرسول الله صلى الله عليه وسلم، أو الهولندية بعد عرض فيلم "فتنة" الهولندي المسيء للقرآن الكريم، الذي بثه النائب الهولندي المتطرف "خيرت فليدرز" على الإنترنت.

في سياق متصل بمميزات هذه المواقع وإيجابياتها، أتاحت المواقع الإسلامية مجانية المعلومات مع سهولة الحصول عليها؛ حيث أصبحت كثير من المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت توفر مكتبات إسلامية تحتوي على مختلف تصنيفات الكتب والمراجع الإسلامية، من الفقه والسيرة، والقرآن الكريم وعلومه، والتاريخ الإسلامي، والمِلل والنِحل والفِرق والمذاهب، ومقارنة الأديان والعقيدة والتوحيد، والأخلاق والرقائق، واللغة والنحو والأدب والبلاغة، فضلاً عن المحاضرات الصوتية والمرئية والدروس العلمية مع إمكانية تحميلها مجانًا. ومثل هذه المواد يستفيد منها قطاع عريض من الجمهور المسلم، مثل الأقليات المسلمة في العالم، التي يصعب عليها الحصول على هذه المواد، فضلاً عن شرائها في البلدان المسلمة الفقيرة أو البلدان المسلمة التي يقل فيها العلماء والدعاة وطلبة العلم، ويستفيد منها أيضًا الخطباء والأئمة من أجل إعداد خطبهم ومحاضراتهم في أقصر وقت، وكذلك الطلاب الجامعيون وربات البيوت اللاتي يصعب عليهن حضور المحاضرات والدروس الشرعية وغيرهم (محمد مصطفى رفعت، 2013: 278).

وعلى الرغم من الجوانب الإيجابية والمميزات التي تمتعت بها هذه المواقع، فضلاً عن وصولها إلى جمهور عريض في مختلف أنحاء العالم وتقديمها خدمات عديدة لهم، فإنه تعتريها جوانب قصور وسلبيات أثرت في أدائها (منى محمود عبد الجليل،

2011: 178، عاصم محمد الحسن، 2010: 9، إسلام عاطف، 2010: 101، خالد كاظم أبو دوح، 2010، زكريا إبراهيم الزميلي، 2009، محمد حسن قيزان، 2008، سالم محمد أبو الفتح البيانوني، 2006: 170).

في سياق سلبيات هذه المواقع، لم يلتزم بعضها بالضوابط الشرعية، ولم يعرض الإسلام بصورة نقية، فضلاً عما يثيره البعض الآخر من خلافات بين أبناء الأمة الإسلامية الواحدة.

على الجانب الآخر، تبرز مشكلة سوء إدارة هذه المواقع؛ حيث إن بعض إداراتها تسمح لغير المتخصصين بالكتابة في أقسامها المختلفة، فضلاً عن عدم توثيق المعلومات أو الخطأ في الكتابة دون مراجعة المادة العلمية من مختصين، كما أن بعضها أحادي اللغة. وهذا ضعف من القائمين على هذه المواقع، وأن غالبيتها ضعيفة المستوى من حيث الإخراج والعرض، ومن حيث إعداد المادة العلمية المعروضة؛ حيث إن أغلب هذه المواقع صُنعَت بجهود فردية أو جماعية بسيطة؛ ما أدى إلى تعثر كثير منها بسبب الإمكانات المادية والفنية المحدودة، فضلاً عن تكرار المادة نفسها في كثير منها، بالإضافة إلى عدم التنسيق والتكامل بينها من أجل العمل ضمن إطار مشاريعي يخدم ويفيد الجميع.

ويمكن تأكيد أن المواقع الإسلامية في جانبها السلبي، أسهمت في بروز أنماط صراعية جديدة بين الأديان، أو داخل الدين الواحد؛ حيث دخلت بعض هذه المواقع في حملات للدعاية عن ذاتها وأفكارها من ناحية، ودخولها في صراع متعدد الأبعاد من ناحية أخرى؛ حيث استهلكت قواها في شن حملات بعضها على بعض الآخر، كما أن تطرف بعض هذه المواقع في أفكارها، وتبعيتها لجماعات مسيسة تروج لأفكارها باسم الدين؛ أسهم هو الآخر في زيادة حدة هذا الصراع.

أما في سياق الخطاب الإسلامي الإلكتروني، فهذه المواقع لا تزال تقدم الخطاب الإسلامي المعهود الذي كان مستخدمًا في الكتب أو الصحف أو الدروس والخطب الدينية؛ حيث لم يتم توفير خطاب خاص بهذه الوسيلة الجديدة "الإنترنت" يراعي

خصوصياتها، ويستفيد من إمكانياتها. ومن جانب آخر، فإن كثيراً منها يكتفي بمخاطبة جمهور المسلمين فقط دون التوجه إلى أفراد الديانات الأخرى.

خلاصة القول:

رغم إيجابيات المواقع الإسلامية الافتراضية ومميزاتها، فإن هنالك كثيرًا من أوجه القصور التي تعتريها، وإنها إن لم تعالج جوانب القصور هذه وتعمل على تلافيها، فإنها ستبقى بعيدة عن جمهورها من المسلمين، فضلاً عن أفراد الديانات الأخرى، ولن تستطيع أن تحقق الأهداف التي أُنشئت من أجلها.

سادساً: معايير قياس وتقييم جودة المواقع الإسلامية:

إن تعدد وتنوع المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وضخامتها من حيث الكم والكيف؛ جعل من الضرورة بمكان وجود آلية تنظم عمل هذه المواقع، وتسعى إلى تطويرها وتحسين أدائها ومن ثم نجاحها، فظهر بوضوح مدى الحاجة إلى قياس وتقييم المواقع الإسلامية من ناحية الإبداع والتصميم؛ إذ يوجد قصور في هذا الجانب؛ فتصميم المواقع يسير على وتيرة واحدة؛ هي محاكاة بعضها البعض الآخر، ويخلو من أي نوع من الإبداع إلا قليلاً منها، بالإضافة إلى ضعف حجم الخدمات التي تقدمها هذه المواقع للجمهور، وقلة سبل تواصلها معهم، فضلاً عن اختفاء أي معلومات عن أصحاب هذه المواقع إلا قيلاً منها؛ إذ يتذرع بعضهم بالحذر الأمني في بعض الدول، في حين أن معرفة المتلقي للمسئولين والمشرفين على المواقع يكسبه الثقة والطمأنينة. وقد أكد ذلك محمد مصطفى رفعت (2013: 304)؛ حيث أظهر مدى حرص هذه المواقع على الاحتراف والامتياز التفاعلي عبر الويب، إلا أنه ينقصها الخبرة والاحتراف في العرض والطرح الإعلامي.

انطلاقًا من هذا الواقع، أصبحت الحاجة ملحة لوضع معايير يتم من خلالها قياس وتقييم فاعلية وجودة تلك المواقع بموضوعية من أجل وضع آلية للتطوير، فضلاً عن أن هذه المعايير تستفيد منها المواقع نفسها في عمليات المراجعات والتطوير والتحديث.

تأسيسًا على ما سبق، واعتمادًا على دراسات عديدة، منها دراسة عبد الله بن إبراهيم اللحيدان (2011: 6-7)، وعبد العزيز بن داخل المطيري (2011: 38-39)، ومحمد مصطفى حسين (2010: 41-42)، ورأفت صلاح الدين (2009: 5-15)، وزيهاو زهو Zihou Zhou (2009: 28-29)، وعمر مشوح (2005)، ومحمد يونس (2002: 130)؛ فقد أمكن تحديد مجموعة من المعايير، يمكن من خلالها تقييم جودة هذه المواقع وقياس فاعليتها؛ وذلك على عدة مستويت، كما يأتي:

1. المعايير العامة لتقييم جودة المواقع الإسلامية:

هنالك عديد من المعايير العامة لتقييم جودة المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت. وتتمثل هذه المعايير فيما يأتي:

أ- اسم الموقع: يجب أن يكون اسم الموقع سهلاً، ومعبرًا عن المحتوى، ومختصرًا.

ب- تاريخ إنشاء الموقع: والهدف من معرفة تاريخ إنشاء الموقع هو قياس عمر الموقع ومدى تحقيقه لأهدافه منذ إنشائه. ويجب إبراز تاريخ إنشاء الموقع في الصفحة الرئيسية منه.

ت- جودة التنظيم: يهتم هذا المعيار بهيكلية الموقع وطريقة تقسيم الخدمات التي يقدمها لتوفير طريقة سهلة لتصفح الموقع من قبل زواره؛ حيث يعد هذا المعيار من المعايير المهمة في تقييم جودة المواقع وفاعليتها. وعلى هذا الأساس، يمكن إجمال مؤشرات جودة التنظيم فيما يلي:

- الفهرس: أي احتواء الموقع على فهرس لجميع صفحاته في الصفحة الرئيسية منه.

- خريطة الموقع: أي احتواء الموقع عى خريطة مناسبة له مع وجود وصلات في كل صفحة لسهولة التصفح.

- الاتساق: أي توافق جميع الصفحات في طريقة عرضها.

- الشعار: أي وجود شعار الموقع في مكان واضح على كل صفحة من صفحاته.

ث- وضوح الأهداف وقابليتها للتحقيق: أي ينبغي أن تكون أهداف الموقع معلنة ومحددة وممكنة التحقيق ومرحلية.

ج- المسئول عن الموقع (مدى الثقة): وتتمثل مؤشرات قياس هذا المعيار فيما يأتي:

أ- من هو المسئول عن الموقع (إن وجد)؟

ب- ما نوعه؟ (شخص، مجموعة أشخاص، مؤسسة، شركة، منظمة خاصة، منظمة ربحية أو تطوعية، جهة حكومية، أخرى ...).

ت- هل تم ذكر معلومات عن المسئول؟ مثلاً سيرة ذاتية إن كان شخصًا، أو نبذة عن الجهة القائمة على الموقع.

ث- هل يوجد وسيلة للاتصال به؟ (بريد إلكتروني، نموذج مراسلة، بريد عادي، هاتف، فاكس، أخرى).

ح- الشهرة: شهرة الموقع من المعايير المهمة في تقييم الموقع. ويمكن معرفة شهرة الموقع من خلال ترتيب الموقع عالميًا بواسطة موقع alexa.com. ومما يعين على شهرة الموقع أرشفة محتوى الموقع لدى محركات البحث العالمية، واستخدام الأدوات المساعدة للنشر، مثل الكلمات الدلالية، فضلاً عن استخدام قنوات النشر والتواصل الاجتماعي كفيس بوك وتويتر ويوتيوب وفليكر وغيرها، وتسجيل الموقع في أدلة المواقع الشهيرة، وتنظيم حملات إعلانية للتعريف بالموقع.

خ- عدد الزوار: يعتبر عدد الزوار من المعايير المهمة التي يتم اعتبارها في ترتيب الموقع؛ لذا يأخذ به أهم المواقع العالمية في ترتيب المواقع، وهو موقع alexa.com، فضلاً عن ضرورة وجود عداد لمعرفة عدد الزوار وتوزيعهم الجغرافي، وكذلك عدد قراء الصفحات والتعليقات. وتأتي أهمية عداد الزوار من اعتباره مقياسًا لمدى مشركة الزوار أو الأعضاء في تنويع وتطوير محتويات الموقع، أي يسمح لمستعمليه بالمشاركة فيه بمواضيعهم وأفكارهم واقتراحاتهم.

د- الخدمات: لا بد أن تتوافر في الموقع بعض الخدمات لتسهيل استخدام الموقع ولتوفير امتيازات لمستخدمي الموقع. ومن هذه الخدمات الفتاوى، والاستشارات الشرعية، ومواقيت الصلاة، وخدمات البريد الإلكتروني المجاني، والمنتديات، والدردشة وساحات الحوار، والقائمة البريدية، وسجل الزوار، والتصويت، والخدمات الصحية والتربوية، والإعلانات، وخدمات الجوال الدعوي، وتوفير خدمات تفاعلية تخص مواقع التواصل الاجتماعي، كصفحة الموقع على فيس بوك أو تويتر أو يوتيوب.

ذ- تعدد اللغات: ينبغي أن يحتوي الموقع على العديد من اللغات الحية مثل الإنجليزية، والفرنسية، والألمانية، والتركية، والفارسية، والإندونيسية وغيرها.

2. معايير تقييم جودة الشكل:

يتضمن تقييم جودة تصميم شكل المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت عدة مقاييس ترتبط بتصميم الصفحات، وخاصةً الصفحة الرئيسية للموقع، والنصوص والألوان المستخدمة في الصفحات، كما يأتي:

أ- الصفحة الرئيسية:

الصفحة الرئيسية هي المعيار الأول لتقبل الموقع واستحسانه أو عدمه من الزائر، وهي التي تعطي الانطباع الأول عن الموقع عامةً، أي هي التي تعبر عن شخصية الموقع. وتتمثل مؤشرات جودة تصميم الصفحة الرئيسية فيما يلي:

- يجب أن يكون طول عنوان الموقع مناسبًا ومعبرًا عن محتوى الموقع.
- حجم الصفحة الرئيسية.
- زمن تحميل الصفحة الرئيسية.
- ثراؤها بالمعلومات؛ حيث يجب الاهتمام بالصفحة الرئيسية من خلال ثرائها بالمعلومات وترتيب هذه المعلومات في الصفحة، وحسن تصميمها وخلوها من الأخطاء وطريقة التصفح، وعدد الموضوعات المعروضة فيها، والألوان، والخطوط وغيرها.
- يجب أن تكون العناصر في الصفحة الرئيسية هي العناصر الأهم لزائر الموقع.
- يلزم ترتيب الأقسام الرئيسية في الموقع، واعتماد طريقة عرض سهلة وواضحة.
- يلزم وجود بحث في الصفة الرئيسية.

- في الصفحة الرئيسية لا بد من توافر كل أقسام الموقع المهمة، لا سيما الروابط المهمة للصفحات المهمة، مثل الاتصال بنا، عن الموقع، من نحن، الاقتراحات، وغيرها.

- يجب احتواء الصفحة الرئيسية على جدول لمحتويات الموقع مصنف بصورة جيدة وواضحة.

ب- شكل وتصميم صفحات الموقع:

ويقصد به مراعاة المعايير القياسية في مجال تصميم وتطوير المواقع، والتي وضعت شروطها ونظمتها رابطة الشبكة المعلوماتية العالمية World Wide Web Consortium أو W3C وهي المنظمة العالمية المعنية بتطوير تقنيات الويب الأساسية والمفتوحة مثل اللغات XML، وفيما إذا كان الموقع يعتمد معايير لغة Cascading Style Sheets أو (CSS) وهي لغة تهتم بالخطوط والألوان والهامش والعرض والارتفاع، وصورة خلفية الموقع، وكيفية توزيع المساحات بين الحقول ليكون تصميم شكل الموقع أسهل وأسرع ومتوافقًا مع المتصفحات المختلفة، أو إذا كان الموقع يعتمد لغة النصوص التشعبية HTML أوHyperText Mark-up Language، وهي لغة للوصف وتعطي برنامج تصفح الإنترنت وصفًا لكيفية عرضه للمحتويات، وتصف له أبعاد الصور وتنسيقات الخطوط وغيرها، وكذلك تقنية الأجاكس Ajax، أو ما يمكن ترجمته بالجافا سكربت، حيث تتيح هذه التقنية عملية إرسال البيانات للسيرفر واستقبالها منه دون أن يكون هناك إعادة تحميل للصفحة. وتتمثل مؤشرات قياس جودة شكل وتصميم صفحات الموقع بما يأتي:

- عدد وحجم الصفحات المصممة بلغة HTML.

- عدد وحجم الصفحات المصممة بلغة CSS.

- عدد وحجم ملفات Java Script.

- التوافق مع أغلب متصفحات الإنترنت.

- التوافق مع لغات HTML، و CSS، وJava Script.

- مستوى الإبداع والابتكار في التصميم؛ ويشمل المعايير الفرعية الآتية:

- تناسق وجمالية تصميم صفحات الموقع؛ أي مدى الانسجام بين خلفية الصفحة والألوان، ونوعية الخطوط، وكذلك لغة البرمجة المستخدمة.

- مراعاة الطبيعة الإسلامية للموقع من خلال استخدام الصور والرسوم والنقوش الإسلامية النابعة من الفنون والزخارف الإسلامية.

- التصميم بما يناسب عملية زمن تحميل صفحات الموقع؛ فعادةً لا يصح أن يزيد وقت تحميل الصفحة عن 10 ثوانٍ؛ لأن طول وقت تحميل الموقع يجعل المستخدم لا يلج إليه مرة أخرى. وهنالك معايير أخرى في هذا الجانب؛ منها:

- هل تصميم الموقع يؤثر في استعماله (صور غير منظمة، سكربتات خارجة عن إطارها ...)؟

ث- الصور: يجب استخدام صور مناسبة لمحتوى الموقع، وعدم استخدام صور كبيرة الحجم؛ لأنها تؤدي إلى بطء تحميل صفحات الموقع. وتتمثل مؤشرات قياس جودة الصور في الموقع فيما يلي:

- أن يكون عدد الصور الموجودة مناسبًا للموقع.

- أن يكون حجم الصور مناسبًا للموقع.

- أن تتوافر روابط للصور.

ث- الألوان: يجب استخدام ألوان مناسبة وواضحة لكل من الخلفيات والنصوص الموجودة في الموقع. وتشمل مؤشرات قياس جودة الألوان المستخدمة في الموقع في التالي:

- استخدام اللون الأزرق في العناوين الرئيسية والفرعية

- استخدام ألوان آمنة لضعاف البصر.

- استخدام الألوان الفاتحة خلفيات للصفحات.

ج- النصوص: ينبغي أن تكون النصوص المستخدمة في الموقع واضحة وسهلة القراءة من حيث حجم ونوع الخط، ولا تتطلب من المستخدم بذل مجهود وتدقيق في النص لقراءته، مع ضرورة توضيح نصوص العناوين الرئيسية. وتتمثل مؤشرات قياس جودة النصوص في الموقع فيما يأتي:

- استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع.

- تمييز العناوين عن المعلومات الأخرى عن طريق حجم الخط.

- سهولة قراءة نصوص الموقع.

- استخدام خطوط ذات لون أسود عى خلفيات بيضاء.

3.معايير تقييم جودة المحتوى:

إن التضخم الهائل في حجم المعلومات المتوافرة على مواقع الإنترنت، بما فيها المواقع الإسلامية، يجعل تقييم جودة المحتوى من أهم معيير التقييم والقياس التي يجب مراعاتها عند إجراء عملية التقويم لهذه المواقع والخدمات التي تقدمها. وتأسيسًا على ما سبق، يمكن إجمال أهم معايير جودة المحتوى فيما يلي:

أ- التحديث: ويقصد به مقدار تطور محتوى المعلومات المنشورة في الموقع. وتتمثل المؤشرات المستخدمة لقياس هذا المعيار فيما يلي:

- أن تكون المعلومات المتوافرة في محتوى الموقع حديثة.

- أن يُحدَّث المحتوى دوريًا.

- أن يعطى تاريخ للتحديث.

- أن يعطى معلومات عن آخر تحديث أو مراجعة للمحتوى عامةً.

ب- التغطية: وتعني مقدار ما يشمله المحتوى من معلومات ترتبط بالمجال الموضوعي، كما ترتبط هذه التغطية بمستوى المعالجة الموضوعية؛ أي هل هي تغطية متعمقة أم مجرد تغطية لعناصر موضوع ما. وتتمثل المؤشرات المستخدمة لقياس التغطية فيما يأتي:

- أن يغطي الموقع جميع جوانب الموضوع المعروض فيه.

- أن يتضمن الموقع معلومات معمقة حول الموضوع المعروض فيه.

- شمولية المعلومات.

- مدى وجود موضوعات متاحة من مصادر أخرى.

- أن يكون مستوى التغطية متناسبًا مع الجمهور المستهدف.

ت- الموضوعية: ترتبط الموضوعية بعدة اشتراطات؛ منها أن يعبر المحتوى عن الموضوع الذي يشير إليه العنوان بدقة، فضلاً عن عدم التحيز ووضوح الهدف العام من المحتوى، وأن يتم التمييز بين المعلومة والمحتوى الدعائي. أما مؤشرات قياس الموضوعية فتتمثل فيما يأتي:

- أن يعرض الموقع معلومات المحتوى بدون تحيز.

- أن يتيح عرض وجهات النظر المختلفة.

- أن يكون متوازنًا في عرض أبعاد وعناصر الموضوع.

- علنية الهدف لتحديد نوع الموقع وجمهوره المتوقع.

- معالجة القضايا الإسلامية الحيوية التي تمس مصالح الجمهور دون التركيز على القضايا الهامشية.

ث- الدقة: ويقصد بدقة المحتوى خلو المعلومات الموجودة في المحتوى من الأخطاء العلمية أو الأخطاء الطباعية؛ وذلك بعد التأكد منها ومقارنتها بالمعلومات الموجودة في مصادر أخرى موثوق بها. وتتمثل المؤشرات المستخدمة لقياس معيار الدقة فيما يلي:

أ- توثيق مصادر الحصول على المعلومات في الموقع.

ب- وضوح مصادر الحصول على المعلومات.

ت- المعلومات الموجودة في الموقع خالية من الأخطاء اللغوية.

ث- المعلومات الموجودة في الموقع خالية من الأخطاء النحوية.

ج- المعلومات الموجودة في الموقع خالية من الأخطاء العلمية.

ج- ملائمة المعلومات: ويقصد بها مدى مناسبة المحتوى للفئة المستهدفة منه؛ فقد تتفاوت مستويات معالجة المحتوى لموضوع واحد وفقًا للمستوى التعليمي والثقافي للجمهور المستهدف، وبذلك تصبح هناك ضرورة لتطبيق هذا المعيار بالنسبة إلى المحتوى الذي يخاطب شريحة معينة من الجمهور، مثل الصفحات الموجهة إلى فئات عمرية معينة. وتتمثل المؤشرات المستخدمة لقياس ملاءمة المعلومات في التالي:

- ملاءمة المعلومات ووضوحها لحاجات الجمهور المستهدف.

- الرسومات التوضيحية والبيانات في لموقع مناسبة.

- محتوى الموقع مناسب لكل الفئات العمرية للجمهور المستهدف.

ح- المسئولية الفكرية: ويقصد بها المصدر المسئول مسئولية مباشرة عن المحتوى الفكري، سواء كان شخصًا أو مؤسسة أو جهة معينة. وينبغي للموقع إلحاق اسم هذا المصدر باسم المادة المقدمة عبره، وتزويد مستخدم الموقع بمعلومات

عنه، فضلاً عن معرفة المسئول عن المحتوى؛ أخبير في المجال الذي يقدمه؟ أم مجرد فرد يبدي رأيـه؟ ومن أبرز مؤشرات الوثوق بهذا المصدر ما يلي:

- وجود اسم المؤلف للمعلومات المنشورة في الموقع.

- توفير الخلفية العلمية للمؤلف وتخصصه وخبرته في مجال هذه المعلومات.

- وجود إمكانية للاتصال به عبر الهـاتف أو البريـد الإلكـتروني، فضـلاً عـن تحديـد مكـان عملـه ومركزه العلمي.

4. معايير سهولة الاستخدام:

أ- إمكانية الوصول: وتتمثل المؤشرات المستخدمة لقياس هذا المعيار فيما يأتي:

- سهولة الوصول إلى جميع صفحات الموقع بسهولة.

- سهولة تحميل المعلومات من الموقع.

- سهولة استخدام الموقع.

ب- الإبحار (سهولة التصفح): ويعني التجول بين محتويات الموقع بسـهولة. وتتمثـل المـؤشرات المستخدمة لقياس هذا المعيار فيما يأتي:

- التجول في الموقع بسهولة.

- احتواء الصفحة الرئيسية على قائمة محتويات.

- وجود اختصارات أو أيقونات مباشرة للوصول إلى المحتويات.

- وجود روابط في جميع أقسام الموقع.

- وجود روابط مباشرة تصل إلى المعلومات بدقة.

- السهولة والوضوح في طريقة التنقل بين صفحات الموقع.

- إمكانية الوصول إلى جميع أقسام الموقع بسرعة.

ث- البحث searching: أي البحث داخل الموقع وفي كل صفحاته وضمان سهولة استخدامه من قبل المستخدمين. وتتمثل مؤشرات قياس جودة البحث فيما يأتي:

- وجود محرك بحث جيد داخل الموقع.

- توافر خدمة البحث في كل صفحات الموقع.

- نوع البحث المتاح داخل الموقع؛ هل هو بحث بسيط (التصفح، البحث، المطابقة، بأجزاء الكلمة، بالعبارة)، أو بحث متقدم (بالصوت، بالصورة، بالرسوم، بالفيديو)؟

- أن تكون نتائج البحث المعروضة واضحة للمستخدم.

ث- الروابط: والمقصود بها النصوص التي يختارها المستخدم ويضغط عليها للانتقال إلى صفحة جديدة. وكذلك الارتباطات الموجودة في المواقع الأخرى التي تشير إلى الموقع؛ فكلما زاد عدد المواقع التي ترتبط بالموقع زادت قيمة الموقع. كذلك الروابط التي توجد في الموقع لربطه بمواقع أو صفحات أخرى تشير إلى الموضوع نفسه. وتتمثل مؤشرات جودة الروابط فيما يأتي:

- استخدام عناوين مميزة للروابط.

- استخدام الروابط النصية بدلاً من الصور.

- استخدام اللون الأزرق في جميع الروابط.

- توافر روابط لمواقع أخرى.

- توافر روابط تساعد المستخدمين في الانتقال بين جميع صفحات الموقع.

سابعاً: المواقع الإسلامية الإلكترونية كوسيلة دعوية:

يمكن القول، أن كل موقع إسلامي هو موقع دعوي، ابتداءً من الإسم والشعار وحتى الصورة والتصميم، وبمعنى آخر؛ إن الموقع الإسلامي معنى ومبنى هو الاختزال الإلكتروني للدعوة الاسلامية (عبدالله الطحاوي، 2010).

انطلاقاً من ذلك، تعدُّ المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت إحدى الوسائل الإتصالية الحديثة والمهمة للدعوة إلى الإسلام، حيث شهدت السنوات الأخيرة جهوداً متزايدة لتطوير تطبيقات الإنترنت في خدمة الأغراض الإسلامية والشرعية، وتركزت معظم تلك الجهود حول تطوير استخدامات هذه الشبكة في خدمة القرآن الكريم والسنة النبوية، وفي نشر الإسلام وتعاليمه إلى أنحاء العالم كافة (صالح الرقب، 2005: 7)، ولكي تكون المواقع الإسلامية وسيلة فعالة دعوياً، لا بد من مراعاة بعض الشروط عند إنشاءها على شبكة الإنترنت، ومن أهمها ما يلي (شوقي عبد الله عباد، 2004):

1. أن يسبق إنشاء الموقع دراسة واقعية يتم من خلالها تحديد الهدف من الموقع وطبيعته، وفائدة مثل هذه الدراسة تفادي التكرار في المواقع ونسخها، فإن كثيراً من المواقع تتشابه في المضمون إلى حد بعيد وإن اختلفت في الظاهر، فنجد أن الموقع يبدأ من حيث بدأ غيره ويعيد التجارب والأخطاء، بسبب عدم اطلاعه على منجزات الآخرين.

2. أن يشرف على الموقع لجنة شرعية متخصصة أو على الأقل أحد العلماء الثقاة، حتى لا يعرض الموقع ما يخالف شرع الله عز وجل.

3. أن يستقل الموقع بذاته قدر الإمكان، بمعنى أن لا يكون تابعاً لموقع آخر ممن يقدمون خدمة تصميم المواقع مجاناً.

4. التصميم الجيد للموقع، وهذا يتطلب أموراً منها؛ حسن اختيار عنوان الموقع، واستعمال أساليب الجذب والتشويق، وأن يكون الموقع سهل الاستخدام ويحقق مفهوم الصداقة مع المستخدم user friendly، فضلاً عن الاهتمام باللغة العربية

الفصحى وجعلها لغة الموقع الأساسية في جميع الصفحات، وأن يدعم الموقع أكثر من لغة، لاسيما اللغات الحية كالإنجليزية والفرنسية وغيرها.

5. إدارة الموقع من حيث صيانته من الاختراق وأمن بياناته وملفاته، وكذلك تحديثه بين فترة وأخرى بما يجذب الزوار، وهناك شركات تسمى "Web hosting service" تقدم مثل هذه الخدمة- أي إدارة الموقع من جميع النواحي- ، إضافة إلى أن هناك برمجيات تسمى " Web Server Software" تقوم بالإشراف على كفاءة الموقع، من حيث سرعة تحميل الصفحة الرئيسية Home page، وكذلك معرفة Links الروابط المنقطعة بين الصفحات وغير ذلك.

انطلاقاً من هذه الشروط؛ يمكن القول إن التصميم الجيد لمواقع الإنترنت الإسلامية له أهمية عظمى في الدعوة إلى الله عز وجل، كما أن استخدام الوسائط المتعددة على الوجه الأمثل له صداه الجيد في جذب المتصفحين إلى هذه المواقع، فقد أثبتت بعض الدراسات الحديثة أن الأفراد الذين تعرضوا لموقع إخباري – على سبيل المثال- مدعم بالوسائط المتعددة، أبدوا استعداداً أكبر لمعاودة زيارة الموقع من رفاقهم الذين تعرضوا لموقع إخباري مقتصر على النص (محمد الأمين موسى أحمد، 2006، 119).

في هذا الإطار، يرى (عبد الله الطحاوي Abdullah el-tahawy، 2008: 15) أن المواقع الإسلامية تقوم في عملها الدعوي بوظائف كثيرة، منها تدعيم التواصل الشبكي الإجتماعي بين الدعاة الإسلاميين كمجال عام لتبادل الآراء والأفكار، فضلاً عن تحقيق التواصل مع المسلمين للإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم وتذكيرهم بمعاني الإسلام.

إن المواقع الإسلامية وسيلة من وسائل الدعوة إلى الله عز وجل، وهي واحدة من خدمات الشبكة الإلكترونية المهمة، فهي تقدم لزوارها عديداً من الخدمات يمكن إستغلالها في الدعوة، وعلى الرغم من أن مستوى هذه الخدمات لا يقارن بما يوجد في المواقع العامة، إلا أن هذا لا يعني تجاهلها أو التقليل من شأنها.

في هذا السياق؛ يمكن استخدام المواقع الإسلامية كوسيلة دعوية من خلال عديد من الخدمات الإلكترونية التي تقدمها هذه المواقع، ومن هذه الخدمات ما يلي:

أ- البريد الإلكتروني E-mail: حيث تقدم العديد من المواقع الإسلامية الإلكترونية خدمة البريد الإلكتروني لزوارها، فهو يمثل دعاية لها، وفي الوقت نفسه وسيلة دعوية، ويقسم البريد الإلكتروني إلى نوعين؛ البريد المجاني، وهذا تقدمه كثير من الشركات التجارية عبر مواقعها النسيجية، ومن أشهرها "hotmail" و"yahoo"، والنوع الثاني؛ البريد غير المجاني، وأشهر أنواعه بريد مزود الخدمة، ويمكن تنزيه باستخدام برامج البريد الإلكتروني، وهو آمن وأسلم من البريد المجاني (إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، 2006: 27).

وترى (لولوة بنت سليمان الغنام، 2011: 154) أنه يمكن توظيف الـ E-mail في الدعوة عبر المواقع الإسلامية من خلال المراسلة الدعوية التي تتضمن ملفات تشغيلية وصوراً ومقاطع فديو وغيرها، إضافة إلى إرسال البطاقات الإلكترونية الدعوية المتنوعة الثابتة والمتحركة.

وهنالك صور أخرى لإستخدام البريد لإلكتروني في الدعوة إلى الله تعالى وأهمها؛ فتح حسابات بريدية في المواقع الإسلامية، ومراسلة غير المسلمين ودعوتهم إلى الإسلام، واستخدام البريد الإلكتروني للفتوى، واستقبال أسئلة المستفتين في المواقع الإسلامية (عبدالرحمن بن معاضة الشهري، 2011: 24)، كما يمكن الاستفادة من البطاقات البريدية الإلكترونية، ومن الرابط النسيجي"أرسل هذا الموضوع لصديق"، والرسائل الجماعية للدعوة إلى الإسلام، ومناصحة مستخدمي الشبكة المخالفين لأحكام الشريعة الإسلامية، واستغلال الرسائل الواردة ذات المضمون السيء للدعوة إلى الله عز وجل (إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، 2006: 28).

في هذا الإطار، يشير صالح بن علي أبو عرّاد (2005) إلى ضرورة مراعاة بعض الأمور التي يمكن من خلالها ضمان نجاح الدعوة إلى الله تعالى من خلال البريد الإلكتروني، ومنها ما يلي:

- أن تكون الرسائل الدعوية متنوعةً في موضوعاتها وطرحها حتى لا تكون مُملةً ومكررة.

- أن يكون إرسال الرسائل الدعوية باعتدال وفي فتراتٍ معقولة، وبطريقةٍ غير مُزعجة أو مُكثفة.

- أن تكون الرسائل الدعوية مُختصرةً وغير مطولة في محتواها حتى لا تُمل أو تُهمل.

- أن تكون موضوعات الرسائل الدعوية مختارةً بعنايةٍ واهتمام، وأن تكون ذات معلوماتٍ موثقةٍ وواضحة.

- أن تكون الرسائل الدعوية مناسبةً في موضوعاتها للظروف والمناسبات الزمانية والمكانية المُختفة قدر الإمكان.

- أن تكون الشركة التي يتم الاتفاق معها لتقوم بمهمة الإرسال عبر شبكة الإنترنت من الشركات الموثوقة في هذا المجال من حيث صحة العناوين التي ترسل إليها الرسائل، ومدى التزامها بتنفيذ المهمة.

ب- القوائم البريدية" Mailing Lists: وهي من الخدمات التي توفرها المواقع الإسلامية، ويمكن استثمارها دعوياً بطريقتين؛ إما بالمراسلة الدعوية للأفراد والجماعات، أو بشراء قوائم بريدية؛ حيث توجد شركات في الإنترنت تقدم خدمات بريدية مقابل أجر معين، فهذه الشركات لها قوائم بريدية تتجاوز أحياناً العشرون مليون عنوان بريدي، فيتم الاتفاق بين هذه الشركات والموقع على أجر محدد لتوصيل رسالة لعشرة ملايين مشترك في الإنترنت (خالد بن عبد الله البشر، 2004)، كما يمكن الإستفادة من هذه الخدمة من خلال التواصل مع مسؤولي المواقع الإسلامية أو كتاب الموضوعات بالتقويم والنقد البناء، بالإضافة إلى دعوة الآخرين للإشتراك في القوائم البريدية الهادفة، فهي توفر الوقت والجهد في مطالعة آخر الموضوعات التي تمت إضافتها في المواقع الإسلامية التي تم الإشتراك فيها بمراجعة قوائمها البريدية للوصول السريع للجديد من الموضوعات (لولوة بنت سليمان الغنام، 2011: 158).

ت- المنتديات Forums: وهي واحدة من وسائل الدعوة في الكثير مـن المواقـع الإسـلامية عـلى شبكة الإنترنت، وتعد منتديات الحوار من أكثر المواقع النسيجية جذباً لمستخدمي الإنترنـت، حيـث يتاح لكل مشترك في المنتدى إبداء رأيه بحرية، وكذلك محاورة الآخرين ومناقشـتهم فـيما يطرحونـه من أفكار وموضوعات، وتتفـاوت هـذه المنتـديات في جـديتها، وفي شرعيـة محتوياتهـا، وفي ضـوابط الحـوار المسـتخدمة فيهـا، فهنـاك منتـديات إسـلامية نقيـة تتـيح الوصـول إلى شريحـة واسـعة مـن المستخدمين.

في السياق نفسه، يمكن استخدام المنتديات في الدعوة إلى اللـه عز وجل من خـلال فـتح أبـواب الحوار مع مستخدمي هذه المنتديات، واستخدام الأقسام الإسلامية والأقسـام العامـة فيهـا للـدعوة، والإلتزام بآداب المنتديات وضوابط المشـاركة فيهـا، وتوجيـه الشـكر لأصـحاب المشـاركات المتميـزة، والدعوة من خلال المنتديات المتخصصة في شؤون الجوالات والألعاب، والتعريف بالأجهزة الحديثـة المتنقلة لتعليم القرآن الكريم وتحفيظه، والدعوة من خـلال شريـط الإهـداءات (إبـراهيم بـن عبـد الرحيم عابد، 2006: 31)، وأيضاً يمكـن توظيفهـا في الـدعوة مـن خـلال نشر عنـوان موقـع إسـلامي جديد وما يحتويه من مواد شرعية، أو نشر بعض محتويات موقع إسلامي متميز ومناسب في وقـت مناسب؛ كموقع عن الحج في شهر الحج أو موقع عن الصيام في شهر الصيام، أو نشر جديـد المواقـع الإسلامية مع روابط متكاملة للمواضيع الجديدة، وأيضاً تذكير الناس بعبـادة يحـين وقتهـا قريبـاً، أو تذكيرهم بأحكام فقهية يحين وقتها؛ كالحج وصيام رمضان، أو وعظهم وتذكيرهم باللــه عـز وجـل؛ مع الحرص على التنويع في كل مرة ما بين آية وحديث وموعظة وقصـة، أو الدلالـة عـلى بـاب مـن أبواب الخير كمشروع خيري من جمعية أو مؤسسة خيرية، أو تفنيـد خـبر كـاذب، أو إشـاعة باطلـة بالدليل والبرهان، وكذلك التعاون في مجال الدعوة، ونقاش أفضـل الطـرق والوسـائل في بـاب معـين (صالح الرقب، 2011: 11).

في هذا السياق؛ يرى إبراهيم بن عبد الـرحيم عابـد (2006: 4) ضرورة مراعـاة بعـض الضـوابط التي تكفل تحقيق المطلوب من هذه الوسيلة في خدمة الدعوة إلى اللـه تعالى، ومنها مايلي:

- ضرورة التحلي بالحكمة والأناة والذكاء وعدم الاندفاع أو الحماس الزائد عند المشاركة في هذه الحوارات والنقاشات المفتوحة.

- أن تكون المشاركات مختصرةً ومركزةً في آنٍ واحد، وبعيدةً عن الإطالة المملة التي ربما تجعل الكثيرون يعزفون عنها.

- أن يكون في المشاركة مجالٌ للنقاش والحوار الهادئ وسماع الرأي الآخر واحترامه.

- أن تكون المشاركات والطروحات والردود مُتسمةً بالعلمية القائمة على الإقناع بالدليل والبرهان، وأن تكون مناسبةً لمستوى المدعوين الذين قد يحتاجون إلى مخاطبة المنطق وإزالة الشكوك والأوهام (صالح بن علي أبو عرّاد، 2005). وتشبه المنتديات القوائم البريدية في أنها حلقة نقاش وحوار في موضوع محدد، والفرق الأساس بينها وبين القوائم البريدية؛ أن كتابات المشاركين في القوائم تصل إلى صناديق بريد المشتركين فيها، أما المنتديات فيلزم المشترك استخدام بعض البرامج للاطلاع عليها.

ث- الحوار المباشر chat: توفر العديد من المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت خدمة أخرى تعد من الخدمات الدعوية المهمة، وهي خدمة chat أو الحوار المباشر أو الدردشة؛ فمن المعروف أن واقع هذه الخدمة يتسم في الغالب بالسطحية والإنحرافات الأخلاقية ووسيلة إستخدمها الكثيرون في التعدي على الآخرين والخوض في أعراضهم، وعلى هذا الأساس؛ يمكن استخدام الـchat كوسيلة دعوية من خلال تغيير مجريات الأحاديث المكتوبة إلى محادثات أكثر سمواً ورقياً، سواء أكانت نقاشات ثقافية عامة أو دعوية أو تربوية أو غير ذلك، وكذلك إنشاء غرف دعوية بمسميات جذابة يتم فيها دعوة الآخرين إلى الله بأسلوب الحكمة والموعظة الحسنة (لولوة بنت سليمان الغنام، 2011: 158).

وهنا ينبغي مراعاة أن تكون النصائح في غرف الدردشة مُختصرة وغير طويلة؛ كأن تكون عبارة عن بعض الآيات القرآنية المختارة أو الأحاديث النبوية المُنتقاة في موضوع معين مع إلحاقها بما يُناسب الحال من الوعظ الصادق، والنصح اللين، والإرشاد الجميل إلى فعل الخير والإقبال على الله تعالى، فضلاً عن إستخدام أُسلوب اللين والرفق مع المدعوين، والصبر على ما قد يحصل من عدم تجاوب بعضهم، وعدم استعجال النتائج.

ثامناً: المعوقات والتحديات التي تواجه المواقع الإسلامية:

واجهت المواقع الإسلامية الإلكترونية تحديات ومعوقات كبيرة أثرت في تقدمها وتطورها، ومن ثم في أداء عملها بالشكل المطلوب؛ ففيما يتعلق بالمعوقات، فقد أمكن تقسيمها إلى:

1. معوقات فنية وإدارية.
2. معوقات تتعلق بالمضمون.

على المستوى الفني والإداري، ارتبطت هذه المعوقات بضعف التصميم بسبب الإهمال في طريقة بناء وتأسيس الموقع (أيمن محمد عبد القادر الشيخ، 2008)، وتأتي بعدها مشكلة الدعم المادي كأحد المعوقات التي تشترك فيها معظم المواقع الإسلامية. ويرتبط الأمر بعدم وجود جهات مسؤولة عن توفير الدعم المادي لهذه المواقع إلا ما ندر؛ فأغلب المواقع تأسس من دعم فردي أو زكاة أو بعض الهبات من الأغنياء. وتبقى هذه المساعدات مقطوعة أو غير مستمرة، ومن ثم فإن كثيراً من هذه المواقع تتوقف بعد فترة وجيزة من إنشائها بسبب انقطاع الدعم المادي عنها (إسلام عاطف، 2010: 99).

في السياق نفسه، تبرز مشكلة أخرى هي فردية العمل وتبعثر الجهود كأحد المعوقات الإدارية عند أغلب المواقع الإسلامية الافتراضية؛ حيث إن أغلبها قد أُنشئ بجهد فردي أو ثنائي، بمعنى أن فكرة راودت صاحب الموقع، فقام بعمل تصميم بسيط ووضع فيه مادة علمية بدون تخطيط وتدقيق، ثم وضع موقعه على الإنترنت، فلا توجد جهود جماعية في المواقع الإسلامية إلا في حالة المواقع الضخمة جدًّا التي تتطلب فرق عمل ومكاتب تحرير. وهذه تحتاج إلى ميزانيات ضخمة لا يستطيع تحملها أصحاب المواقع البسيطة (منى جابر عبد الهادي، 2008: 98).

وتأتي مشكلة ضعف الخدمات المقدمة عبر هذه المواقع إلى الجمهور كمعوق آخر يضاف إلى ما سبق؛ حيث تشكو كثير من المواقع الإسلامية الافتراضية من عدم وجود كثير من الخدمات المهمة. ومن أمثلة هذه الخدمات التي تغيب عن المواقع الإسلامية،

الاهتمام بأسئلة واستفسارات الزوار، وهي خدمة تهتم بها كثيرًا المواقع الأجنبية؛ لأنها تـؤمن بفكـرة خدمة العميل أو الزائر بسرعة قصوى؛ حتى يشعر بأهميته في الموقع، ومن ثم يحـافظ عـلى زيارتـه الموقع دائمًا، في حين أن معظم المواقع العربية الإسلامية، لا يأتي الرد منهـا إلا بعـد عـدة أيـام. ومـن الخدمات المفقودة أيضًا صيانة الموقع وتطويره وإصلاح الأعطال فيه؛ فكثير من الزائرين يعـاني مـن هذه القضية في المواقع الإسلامية، فأصبح المستخدم مترددًا في دخول هذه المواقع؛ لأنه يعرف مسبقًا أنها قد تكون معطلة؛ فعندما يضغط على رابط معين في الموقع ليفتحه، تظهـر لـه صـفحة خطأ أو صفحة فارغة، أو عندما يدخل على إحدى الخدمات الموجـودة في الموقـع مثـل البريـد الإلكـتروني أو المنتدى أو خدمة أخرى، تظهر له رسالة أن هذه الخدمة معطلـة أو تحـت الصـيانة (عمـر مشـوح، 2005)؛ فالمتتبع لنشاط المواقع الإسلامية يجدها تعاني مـن كـثرة الأعطـال، فضـلاً عـن عـدم وجـود أرشيف منتظم وفعال لأنشطة هذه المواقع في المجال الفكري والبحثي، وهذا من شـأنه أن يقلـل أو يقلص عدد زوار هذه المواقع.

إضافة إلى ما سبق ذكره، تبرز مشكلة التضـييقات الأمنيـة والتتبـع الأمنـي للقـائمين عـلى شـئون المواقع الإسلامية، فضلاً عن المشكلات القانونية المتمثلة في عدم الاعتراف بهـذه المواقـع كمؤسسـات صحفية مستقلة (محمد مصطفى رفعت، 2013: 308).

وفي سياق المعوقات على مستوى المضمون أو المحتوى، ترتبط هـذه المعوقـات بصـعوبة تعـرف المواقع ذات المحتوى الثري بالمعلومات، فضلاً عن أن كثيرًا من هذه المواقع لا يُعلم مدى موثوقيتهـا وصحة محتواها أو الجهات التي تقف وراءها (محمد يونس، 2002: 130).

أيضًا من المعوقات التي ترتبط بمضمون المواقع الإسلامية، تبرز مشكلة التشتت الفكري في بعض هذه المواقع؛ فلا توجد وحدة فكرية أو على الأقل خطوط رئيسية مشتركة بينها، فأصبح كـل موقـع يعبر عن فكر صاحبه، ومن ثم يتشتت الزائر بين هذه المنـاهج؛ إذ إن المـنهج الفكـري الـذي تتبعـه المواقع الإسلامية له أثر كبير في انتشارها وقبولها بين الناس (أيمن محمد عبد القادر الشيخ، 2008).

وتأتي مشكلة مخاطبة النفس معوقًا آخر يضاف إلى ما سبق؛ فكثير من المواقع الإسلامية تخاطب الشرائح والعقول التي هي من بيئتها. أما المواقع التي تخاطب الآخرين من غير المسلمين وتعرِّفهم بالدين وتشرح لهم وجهة النظر الإسلامية في قضايا العالم، فهي قليلة بالمقارنة بالمواقع التي تخاطب المسلمين (عمر مشوح، 2005).

وفي سياق الحديث عن التحديات، فإن رؤية الباحث في هذا المجال تشير إلى تحديين كبيرين يواجهان المواقع الإسلامية العربية على شبكة الإنترنت. ويتمثل هذان التحديان فيما يأتي:

1. تفوق المواقع الأجنبية المعادية للإسلام في استثمارها إمكانيات شبكة الإنترنت في حربها ضد الإسلام والمسلمين؛ حيث كانت بداية ظهور هذه المواقع في عام (1980) عن طريق بعض المنظمات اليهودية التي فطنت إلى أهمية استغلال شبكة الإنترنت في نشر أفكارها وتشويه صورة الإسلام (محمد مصطفى رفعت، 2013: 256)؛ فمنذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر (2001) ، زاد اهتمام الغرب بالمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، سواء في إطار الدراسات الموجهة لفهم الإرهاب، أو تلك المتعلقة بعمليات الاتصال. ولم يعكس هذا الاهتمام في مجمله اهتمامًا أكاديميًا واسع المدى، بقدر ما عكس اهتمامًا أمنيًا يستهدف في الأساس مراقبة المواقع الإسلامية وتعرف اتجاهاتها والتنبؤ بردود أفعالها (النواوي وخميس EL- Nawawy & Khamis، 2009: 269).

في المقابل، تتمتع هذه المواقع بقدرة فائقة على الانتشار وقوة الجذب والتأثير؛ ما يجعل مادتها التي تصنع بها الصورة المسيئة للإسلام جماهيرية يتعرض لها الملايين من الناس في مختلف بقاع العالم في وقت واحد تقريبًا، فيتأثرون بها ويتلقَّفونها بينهم وترسخ في عقولهم بيسر، وبذلك تصبح الصورة المشوهة عن الإسلام صورة جماهيرية دولية تعبر الحدود بلا رقيب، وتدخل البيوت بلا استئذانٍ ولا سابق إنذار (حسن عزوزي، 2009: 2)، فضلاً عن أن معظم هذه المواقع تتستر تحت أسماء إسلامية يصعب الكشف عن حقيقتها، وعادة ما يقوم على شئونها نصرى أو يهود أو جهات أخرى معادية للأديان عامةً، كما تتنوع لغات هذه المواقع من العربية إلى الإنجليزية والفرنسية ولغات أخرى (كريستوفر بين Christopher Paine، 2010: 3).

في السياق نفسه، انتشرت المواقع المعادية للإسلام على شبكة الإنترنت انتشارًا يفوق عدد المواقع الإسلامية كثيرًا، واعتمدت على مخططات واستراتيجيات لإعادة صياغة العقل الغربي ضد الإسلام دينًا، وضد المسلمين أمةً، كما تبنت هذه المواقع آليات خاصة للهجوم على الإسلام، باستخدام أساليب الدعاية المختلفة بهدف الترويج لأفكار ومفاهيم هدامة تعمل على تشويه صورة الإسلام والمسلمين (شريف درويش اللبان، 2011: 117).

2. تسلل الهاكرز: ويعني الهجوم على المواقع العربية والإسلامية بهدف إغلاقها أو وضع مواقع غربية مكانها تحمل الاسم نفسه، لكنها تتضمن معلومات غير صادقة ومشوهة عن الإسلام (شريف درويش اللبان، 2011: 118). ومن أشهر مواقع الهاكرز التي تلاحق المواقع الإسلامية وتعمل على إغلاقها موقع "الهاجانة"، وهو موقع صهيوني أسسه شخص أمريكي من أصل يهودي يدعى "آندرو آرون" في الولايات المتحدة الأمريكية. وتقوم مهمة الموقع الأساسية على ملاحقة المواقع الإسلامية المختفة. وشملت هذه الملاحقة حتى المواقع التي تنادي بالمقاطعة الاقتصادية وتنشر تصاميم المقاطعة وفتاواها؛ حيث تتم عملية الملاحقة عن طريق مراسلة الشركات التي تستضيف المواقع الإسلامية على الخادمات "السيرفرات" الخاصة بها، فيتم إعلام هذه الشركات بأن هناك مواقع إرهابية أو تابعة لمجموعات إرهابية، ويجب أن تتم إزالتها وإلا تُمنَع الخدمة عنها، ويتم التخويف باسم "مكتب التحقيقات الفيدرالية الأمريكي" حتى تستجيب هذه الشركات بأقصى سرعة ممكنة (عمر عبد العزيز، 2005).

تاسعاً: رؤى ومقترحات مستقبلية لتطوير المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت:

طرح عديد من الباحثين والمهتمين بشئون المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، جملة من المقترحات والرؤى والتصورات المستقبلية لتحسين وتطوير هذه المواقع، ومن هؤلاء الباحثين والمهتمين بهذه المواقع (منى محمود عبدالجليل، 2011: 180، فالح الصغير، 2011: 10-11، تركي بن عواض الأزوري، 2011، ناصر بن محمد السويدان، 2011، شوقي عبدالله عباد، 2011، عمر عبد العزيز المشوح، 2005)، حيث أبرزت دراساتهم وأبحاثهم عدداً من الرؤى والتصورات والمقترحات، كما يلي:

1. أن تهتم المواقع الإلكترونية الإسلامية بالتنويع والتجديد والتحديث المستمر للمواضيع، مع مراعاة المصداقية والتثبت فيما ينشر، والعمل على تلافي التكرار في المادة العلمية المنشورة في هذه المواقع.

2. الإهتمام بحسن التصميم والتنظيم من خلال تقسيم الموقع إلى أقسام خاصة مدعومة بالصوت والصورة والفيديو التوضيحي، مما يساعد على سهولة التصفح والتحميل والمشاهدة والوصول إلى المعلومة بسهولة.

3. أن تكون المواقع الإلكترونية الإسلامية تابعة لجهة حكومية رسمية، لضمان الدعم المالي لها، وأن يتولى الإشراف عليها علماء متخصصين.

4. أن تهتم المواقع الإسلامية بتكثيف الإعلان عنها في المواقع الإلكترونية ورسائل البريد الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، لضمان اوسع انتشار لها.

5. محاولة إيجاد وحدة فكرية ومنهجية بين المواقع الإسلامية، وإلا؛ فالتشتت الفكري والمنهجي الذي سوف ينتج، سيكون ضرره أكبر من فائدة وجود الموقع.

6. دمج بعض المواقع الإسلامية؛ بحيث تظهر مواقع قوية جيدة التنظيم بدلاً من مواقع ضعيفة لا تحقق الغرض من وجودها بالمستوى المطلوب.

7. إجراء دراسة شاملة ووافية للمواقع الإسلامية، على أن تقوم بهذه الدراسة جهة حكومية مؤهلة مثل وزارات الشؤون الإسلامية في الدول العربية أو الإسلامية أو مراكز البحوث في الجامعات، على أن تركز على المسائل التالية:

أ- حجم محتويات المواقع الدينية وما تمثله بالنسبة للمحتوى الرقمي العربي على الإنترنت.

ب- وضع معايير لتصميم المواقع الدينية العربية وسبل تنظيمها واستخدامها.

ج- دراسة ما تواجه من صعوبات ووضع حلول للتغلب عليها.

8. إيجاد سياسة واضحة لدى إدارة المواقع الإسلامية من حيث تبني لغات العالم الحية، وعدم الإعتماد على اللغة الواحدة فقط.

9. الاهتمام بمحتوى المواقع الإسلامية؛ حيث أن مضمون عدد من المواقع الإسلامية يحوي معلومات غير دقيقة عن الإسلام، وهذا الأمر يتطلب وجود لجان شرعية بجميع المواقع الإسلامية تقوم بالتأكد من جميع ما يعرضه الموقع، لا سيما إذا كان الموقع من المواقع التي يكثر ارتيادها.

10. دعوة خبراء البرمجة والمهندسين الإلكترونيين المسلمين للعمل على حماية المواقع الإسلامية على الإنترنت من الإختراق، ودعمها فنياً وبرمجياً.

11. ضرورة التنسيق والتكامل بين المواقع الإسلامية في مجال تبادل تقنية المعلومات، والقيام بالدعاية الإعلامية بعضها للبعض الآخر داخل كل موقع.

12. إقامة الندوات والإجتماعات الدورية بين القائمين على هذه المواقع، لدراسة آخر التطورات والمستجدات في المجالات المختلفة.

13. تشجيع أهل العلم المعروفين في التواصل مع هذه المواقع والمشاركة فيها، من خلال كتاباتهم وآرائهم وتوجيهاتهم ومقترحاتهم.

14. الحرص على أن تتولى بعض الجهات الرسمية المختصة تزويد المواقع الإسلامية بتغطيةٍ إخباريةٍ حيةٍ ومُستمرة لمختلف الأحداث والمناسبات والفعاليات المختلفة في العالم الإسلامي على مدار الساعة مثل: نقل صلاة التراويح في شهر رمضان المبارك، وصلاة العيدين، ونقل شعائر الحج من المشاعر المقدسة، وغيرها من المناسبات الأخرى، إضافةً إلى تغطية أخبار المؤتمرات والندوات واللقاءات الإسلامية المختلفة، ونشر بعض الأخبار والتقارير الصحفية المُعدة بعناية في القضايا الإسلامية المختلفة.

عاشراً: توصيات لإنجاح الإعلام الإسلامي الإلكتروني:

قدم محمد جمال عرفة (2011: 14- 15) عددًا من التوصيات لإنجاح الإعلام الإسلامي الإلكتروني ليؤدي هذا الإعلام دورًا حيويًّا في المستقبل. ويمكن إجمال هذه التوصيات على عدة مستويات كما يأتي:

على مستوى المضمون، إنشاء مواقع إسلامية متخصصة بعلوم العقيدة، وعلوم القرآن وتفاسيره، والسنة النبوية وعلومها، وأصول الفقه، والأخلاق والمعاملات، تحت إشراف أهل العلم المشهود لهم بالعلم والإخلاص، وأهل الخبرة التقنية القادرين على عرض هذه المواد بأفضل الوسائل التقنية الإلكترونية المبسطة والسهلة والشيقة؛ كي يسهل نقل الرسالة، فضلاً عن إنشاء مواقع إسلامية باللغات الأجنبية المختلفة، كالإنجليزية والفرنسية والروسية والألمانية وغيرها، بالشروط السابقة التي تجمع بين العلم والخبرة الفنية في العرض والتشويق.

على مستوى الوسيلة، ضرورة الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال الفضائيات والإنترنت بإنشاء قنوات إسلامية موجهة بلغات الدول الغربية على شبكة الإنترنت للتواصل المباشر مع المسلمين وغير المسلمين، بما يضمن سهولة وسرعة نقل المعلومة والتفاعل المباشر الذي يؤدي إلى إثراء الخطاب الإعلامي الإسلامي الإلكتروني ويلعب دورًا حيويًّا في نشر الدعوة بين شعوب العالم. وكذلك الاستفادة من غرف المحادثة العالمية، سواء كانت ضمن مواقع معينة، كياهو وماسنجر، أو كانت شبكات مستقلة بذاتها مثل (بال توك) و(سكاي بي)، أو شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك- تويتر- ماي سبيس) وغيرها؛ للاتصال المباشر مع الناس بكل مكان، ودعوتهم إلى الإسلام ونشر حقيقته، وما قدمه من حلول عصرية للمشكلات العالمية.

على مستوى الخطاب الديني الإلكتروني، ضرورة توحيد هذا الخطاب، والابتعاد بالجدل المذهبي وصراع الاجتهادات الفقهية عن الإعلام الإسلامي الإلكتروني، خصوصًا الموجه إلى الدول الغربية أو الذي ينطلق من الغرب؛ لأنه لن يفيد الزائر الغربي المتابع للإعلام الإسلامي الإلكتروني متابعة جدل مذهبي حاد بين طرفين أو

أكثر من المجتهدين أو التيارات الإسلامية المتصارعة أو المتنافسة على الساحة، بل ينبغي توحيد الخطاب الديني للإعلام الإسلامي الإلكتروني.

على مستوى تأهيل الكوادر البشرية وإعداد البحوث العلمية، ينبغي التركيز على التدريب وإعداد الكوادر التقنية والفنية وضم أصحاب الاختصاص في الإعلام الإلكتروني والفنيين والخبراء والاستشاريين وإعداد الدراسات الميدانية والبحوث المتخصصة، وتطوير الأداء ورصد حجم التفاعل أو الإقبال الإلكتروني على هذه المشاريع من خلال فتح التعليقات، بدلاً من الواقع الحالي للمشاريع الإعلامية الإلكترونية القائم على العشوائية والاجتهاد دون بحث أو دراسة أو منهج حضاري إسلامي واضح، ينطلق منه المشروع ويكون هو الهدف والرسالة.

على مستوى المشاريع الإعلامية الإسلامية الإلكترونية، يجب تجميع وتوحيد جهود هذه المشاريع الإعلامية (صحف – مواقع إنترنت – مجموعات نشطاء) بقدر الإمكان في أنشطة مكبرة مجمعة، بدلاً من تشتتها في أنشطة متشابهة ومكررة تضيع الجهد وتشتت الكفاءات، ولا تجعل للأموال المُنفَقة في هذه الأنشطة المتشابهة المتنافسة قيمة مضافة، بعكس ما يفعله أصحاب المشاريع الغربية حاليًا؛ حيث ينتشر في الدول المتقدمة فكرة تجميع الأنشطة والتحالف والدمج بين المشروعات المتشابهة؛ للاستفادة من تجميع الاستثمارات والكفاءات والأمول في مشاريع ضخمة تسيطر على أكبر قدر من العقول في العالم.

على مستوى الأهداف، فإن جانبًا كبيرًا من المشاريع الإعلامية الإسلامية يقوم على الفردية لا الجماعية. وهذا يؤدي في نهاية المطاف إلى عدم تحقيق أهداف هذه المشاريع، فضلاً عن اهتمامها بإبراز دور الداعية أو الشيخ أو المانح الذي يقف وراءها، ومن ثم غياب وتشتت هذه الأهداف بين إبراز علم أو أنشطة صاحب المشروع الفردي، وبين تقديم خدمة إعلامية عامة لصالح المشروع الحضاري الإسلامي؛ لهذا يجب الفصل بين إدارة أو تمويل المشروع الإلكتروني وبين التحرير أو منهج فريق العمل في العمل الإعلامي.

على مستوى التواصل مع الجمهور، ينبغي الاهتمام بأقسام الاستشارات في مواقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني؛ لأنها أبرز أشكال التفاعل المباشر مع الجمهور؛ فمن خلالها يمكن تصحيح صور مشوهة عن الإسلام لدى بعض المسلمين أنفسهم وغير المسلمين، من خلال الإجابة المباشرة عبر متخصصين يجمعون بين اللغة الأجنبية والرؤية الحضارية الإسلامية الشاملة والإقناع والإشارة بالرأي الرشيد والفكر السديد عن طريق إجابات المتخصصين بشتى مناحي العلوم الإنسانية، نفسية، وتربوية، ودعوية، وإيمانية، وأسرية.

وأخيرًا على مستوى الرؤى المستقبلية، ينبغي أن تكون هناك رؤية حضارية إسلامية واضحة تقود أي مشروع إعلامي إسلامي إلكتروني بأسلوب سليم، وتقوم هذه الرؤى على الإعمار والتنوير والبناء والحوار والوسطية ومحاربة الظلم والتطرف الفكري، بحيث لا تُترك الساحة للاجتهاد فقط أو للجمود بحكم عدم الخبرة، ومن ثم عدم القدرة على مجاراة من يتلقون رسالة الإعلام الإسلامي الإلكتروني من الناحية التقنية، ومن ثم الفشل في توصيل الرسالة الإعلامية.

خلاصة القول:

هناك ضرورة لتقديم الإعلام الإسلامي الإلكتروني بنوعيه الرسمي والخاص، خطابًا ملائمًا وعصريًا للإسلام عبر الوسائل الإلكترونية، يعالج من خلاله القضايا والتحديات، ويعرض أفكارًا تعبر عن الحضارية الإسلامية برؤية علمية تتوافق مع حاجات الواقع، ولديها القدرة الإبداعية على تقديم رسالتها الحضارية بأسلوب عصري بسيط وسهل ومقنع، يُقرِّب المسافات بين الأمم والشعوب والثقافات؛ فالإعلام الإسلامي الإلكتروني يعمل على جبهتين؛ إحداهما خارجية يحاول أن ينقل إليها النموذج الحضاري الإسلامي للاطلاع عليه، وتوعيتها بأن الإسلام رسالة عالمية، وأن تطبيقها صالح في كل زمان ومكان، وأخرى داخلية - أي بين المسلمين ذاتهم- إذ يحاول الإعلام الإسلامي الإلكتروني ترسيخ النموذج الحضاري الإسلامي في الحياة الفعلية لكل مسلم ومسلمة.

إن الإعلام الإسلامي الإلكتروني يُشكِّل - بالإضافة إلى ما سبق ذكره - فضاءً اتصاليًا وخدميًا يسمح بالالتقاء والتعارف والتحاور بين المسلمين في العالم أو بين المسلمين وغيرهم من الذين يرغبون فيتعرف الإسلام، أو مناقشة موضوعات مرتبطة به، وهو بذلك يستفيد من خصائص التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، ويتماشى مع متطلبات العصر؛ حيث أصبحت المعلومات فيه تشكل أساس كل عمل وتطور، وتبنى على أساسها السياسات في الداخل وتجاه الخارج؛ فالمعلومات الصحيحة التي تُنقَل عبر الإنترنت، سواء تبناها أفراد أو هيئات أو دول، ستلعب دورًا في تصحيح الصورة وتشكيل الوعي. وعلى الإعلام الإسلامي الإلكتروني أن يضطلع بهذه المهمة؛ ليكون في مستوى المنافسة.

في نهاية هذا الفصل، يمكن القول إن ما تم تقديمه حول الإعلام الإسلامي، ما هو إلا محاولة تنظيرية يمكن تطويرها وتقويمها من خلال المزاوجة بين البناء على الهدي الرباني والانتفاع من إسهامات علوم الإعلام القائمة على الجهد البشري. وفي المقابل، لا بد من العمل على نشر ثقافة الاحتراف والمهنية في الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية التي تخدم الإسلام وتدافع عن قضاياه، مع تأكيد الأخذ بالوسائل الإلكترونية الحديثة بما لا يتعارض مع الإسلام.

الفصل الثالث

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة الدراسة

ثانياً: تساؤلات الدراسة

ثالثاً: نوع الدراسة

رابعاً: منهج الدراسة

خامساً: توظيف نظرية ثراء الوسيلة في موضوع الدراسة

سادساً: مجتمع الدراسة

سابعاً: عينة الدراسة

ثامناً: خصائص عينة المواقع الإسلاميةالتي خضعت للدراسة التحليلية

تاسعاً: الإطار الزمني

عاشراً: اختبارا الصدق والثبات

مقدمة

برزت الشبكة الدولية للمعلومات كأقوى وسيلة إتصال في الوقت الحاضر، إذ تملك هذه الشبكة عديد من الميزات المرتبطة بسهولة استخدامها وقلة تكلفتها وتوفيرها للوقت والجهد والمال وتزايد الإقبال على إستخدامها لأغراض دينية.

ولما كانت شبكة المعلومات الدولية على هذا النحو من التميز والأهمية وسعة الانتشار، لجأت إليها الكثير من المؤسسات والهيئات والجماعات والديانات والعقائد، لتتخذ لنفسها موقعاً على هذه الشبكة، فصار لها تواجدها الخاص على هذه الشبكة، وأصبحت الفرصة متاحة لأي دين بالانتشار خارج حدوده الوطنية ونطاقه الجغرافي بما فيها الدين الإسلامي.

تأسيساً على ما سبق، يمكن القول أن المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت ظهرت وتزايدت تزايداً ملحوظاً، لزيادة أعداد زوار الشبكة واتساع فئاتهم وتباين احتياجاتهم، وكذلك تعددت أهداف هذه المواقع من حيث المحتوى والوظائف والخدمات التي تقدمها لجماهيرها المختلفة، بل أن هذه المواقع أدت - ولا تزال تؤدي- دوراً حيوياً ومهماً في تناولها لقضايا الاسلام والمسلمين، فالإعلام الدولي مثلاً، لم يكن منصفاً في تناوله لقضايا المسلمين، بل على العكس من ذلك، فهو أحياناً يخفي الحقائق ويضلل الرأي العام العالمي في بعض قضايا المسلمين، ومن هنا تأتي أهمية المواقع الإسلامية عبر اهتمامها بقضايا الإسلام، وتعريف المسلمين بقضايا إخوانهم وحشد التعاطف معهم ومساندتهم، ونشر الحقائق وإبرازها بوضوح للعالم لفضح أعداء الإسلام وإظهار حقيقتهم.

أولاً: مشكلة الدراسة:

مع تزايد أعداد المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت، وتعدد أهدافها كشرح مبادئ الإسلام، والرد على تساؤلات الجمهور، فضلاً عن الرد على الإفتراءات المثارة حول الإسلام، أو تثقيف وتوعية القراء حول الإسلام وحول رسالته، وإيصال تعاليم الإسلام إلى أبعد نقطة من بقاع الأرض لا يمكن الوصول إليها إلا من خلال الإنترنت، أو دعوة غير المسلمين إلى الإسلام، أو التعريف بقضايا الاسلام والمسلمين، والرد على الشبهات حول الإسلام ومتابعة مايكتب عنها، ونشر أخبار العالم الإسلامي والأحداث المتعلقة به. يمكن بلورة المشكلة البحثية في محاولة التعرف على العلاقة بين الإنترنت والدين، للتعرف على مدى اهتمام المواقع الاسلامية على شبكة الانترنت بالقضايا التي تتعلق بالاسلام والمسلمين ومدى تعريفها بهذه القضايا ونشرها على الرأي العام.

ثانياً: تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات على النحو التالي:

1. ما مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة للمعايير الشكلية التي تحث على التفاعلية مع المستخدمين؟

2. ما المعايير الشكلية المرتبطة بالقضايا الدينية المتصلة بالشأن الإسلامي في المواقع الإسلامية محل الدراسة؟

3. ما طبيعة القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية محل الدراسة؟

4. ما الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في معالجتها للقضايا الدينية مجال التطبيق؟

5. ما اتجاه المواقع الإسلامية محل الدراسة نحو القضايا الدينية مجال التطبيق؟

ثالثاً: نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية وعناصرها المختنفة في وضعها الراهن. وفي إطار التصنيف الذي اقترحه محمد عبد الحميد (2007: 291-292)، ووضح من خلاله فئات البحوث الفرعية المستهدف دراستها في دراسات الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، تندرج هذه الدراسة تحت فئة "بحوث تحليل المواقع الإعلامية" لأنها تقوم على تحليل المضمون وتحليل النصوص ووسائل العرض والتقديم وترصد أدوات التفاعل في المواقع الإسلامية (عينة التحليل).

رابعاً: منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي Survey Method، حيث يعتبر هذا المنهج من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً، خاصة في الدراسات الوصفية.

خامساً: توظيف نظرية ثراء الوسيلة في موضوع الدراسة:

تقدمت دراسات عديدة لبحث مدى إمكانية تطبيق نظرية ثراء الوسيلة على شبكة الإنترنت، وأظهرت هده الدراسات أن إرتفاع مستويات الصوت والرسوم المتحركة أظهر ثراءً في التأثير الفعلي تجاه مواقع شبكة الإنترنت، كما أظهرت أن شبكة الإنترنت تتميز بثراء معلوماتي من خلال عرض المنتجات المختلفة (جيمس آر كويل وإيستر ثورسون James R. Coyle and Esther Thorson، 2001: 65). وعلى هذا الاساس، سيتم توطيف هذه النظرية في التعرف على:

- مدى ثراء المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت، ومدى ملائمتها كمحتوى أو مضمون للتواصل مع الجمهور.

- مدى نجاح هذه المواقع في إيصال رسالتها لجمهور المستخدمين.

- التعرف على أهم المواقع الإسلامية الأكثر ثراءً في تناول القضايا الدينية المتصلة بالشأن الاسلامي.

سادساً: مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة: مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة (محمد عبد الحميد، 2004: 130)، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية بالمواقع الإسلامية الإلكترونية المتاحة باللغة العربية.

سابعاً: عينة الدراسة:

لتحديد عينة المواقع الإسلامية التي ستخضع للتحليل، قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على (16) موقع اسلامي على شبكة الانترنت لاختيار أربعة مواقع إسلامية منها كعينة للدراسة التحيلية، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (40) مفردة من طلبة الجامعات العراقية من الذكور والإناث، وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية، فإن عينة الدراسة التحليلية تمثلت في المواقع الإسلامية التالية: (موقع المسلم، موقع دليل الشيعة، موقع طريق الاسلام، موقع مفكرة الاسلام).

ثامناً: خصائص عينة المواقع الإسلاميةالتي خضعت للدراسة التحليلية:

الموقع الأول: موقع المسلم www.almoslim.net:

تأسس موقع المسلم عام 2001، وهو منبر علمي دعوي إعلامي سعودي يمثل الواجهة الإعلامية لمؤسسة "ديوان المسلم"، وهي مؤسسة علمية دعوية تربوية واجتماعية يشرف عليها الشيخ: ناصر بن سليمان العمر[1].

---

(1) almoslim.net/about

يقع مقر الموقع في مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، وله مكتب تحرير في مدينة القاهرة يرأسه الأستاذ أمير سعيد، ويتضمن أقسامًا عديدة منها الأخبار- تقارير- حوارات- قضايا سياسية- في دائرة الضوء - من بريد اموقع- قضية للحوار- رصد الإعلام- الصوتيات- المكتبة الإلكترونية.

ويستهدف الموقع ما يلي[1]:

- الدعوة إلى شمولية الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة.

- توعية المسلمين بقضايا أمتهم، والأخطار التي تهددهم من الداخل والخارج.

- إحياء أدب الحوار وفقه الاختلاف بين المسلمين.

- إقامة أواصر التواصل والتعاون والتكامل بين المسلمين في أنحاء العالم، وبخاصة المهتمون منهم بقضايا الأمة العامة من العلماء والدعاة والمفكرين والمثقفين والأدباء، وكذلك المؤسسات العلمية والدعوية والثقافية والاجتماعية.

- الاعتناء بجيل الشباب المسلم، وتربيته وتوجيهه بما يخدم المصالح، مع مراعاة اختلاف الأزمنة والأماكن.

ويسلك الموقع في تحقيق هذه الأهداف الوسائل التالية[2]:

- نشر الدروس والبحوث والفتاوى والمقالات والتحقيقات العلمية، والتربوية، والإعلامية، التي يعهد بها إلى أهل الاختصاص، أو المؤهلين.

- التأصيل الشرعي للنوازل، وللمسائل الأخرى التي تمس الحاجة لها، أو يكثر السؤال عنها.

(1) almoslim.net/about

(2) almoslim.net/about

- عرض أهم الأخبار، والأحداث السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والفكرية، التي تهم المسلمين، وتحليلها، والتعليق عليها، وفق منهجية تلتزم الموضوعية، وتحقق مصلحة الأمة.

- تقديم الحلول المناسبة لأهم المشكلات والعوائق التي تعترض الدعوة والدعاة، وتحديد المواقف من أهم الأحداث والأحوال التي تواجههم.

مختصر تصنيف موقع المسلم على موقع أليكسا (Alexa):

almoslim.net صادر من المملكة العربية السعودية ضمن فئة "مواقع إسلامية"، يتم تصفح 1.2 صفحة يوميًا في المتوسط، ومعدل الزيارة مرة أخرى لزوار الموقع 75.4% للصفحة الواحدة.

شكل رقم (1)

الصفحة الرئيسية لموقع المسلم



الموقع الثاني: موقع دليل الشيعة www.ShiaSearch.com:

تأسس هذا الموقع ليكون صوت الشيعة الاثني عشرية على شبكة الإنترنت؛ حيث يصنف الموقع المواد العلمية والمعلومات المتنوّعة في المواقع الشيعية المختلفة ويرتبها ترتيبًا يتّفق وسهولة الحصول عليها؛ فهو يرشد الزوّار إلى المواقع المختصة والمتشعبة حسب رغباتهم وطلباتهم بصفته موقعًا معلوماتيًا، ويشمل ضمن نطاق عمله ونشاطه دليل المواقع الشيعية الاثني عشرية على شبكة الإنترنت. ويستهدف ما يلي[1]:

- عرض وتقديم المواقع الشيعية للزوار، مع توفير إمكانية الاستفادة المثلى مما فيها من مواد ومعلومات.

- تنظيم المعلومات وتصنيفها وتبويبها، وتيسير العثور عليها.

(1) ShiaSearch.com/ar/ العربية.html

- مساعدة زوّار الموقع الذين يرغبون في تعرّف مبادئ الشيعة وعقائدهم.

- وضع حد لضياع الوقت أمام الزّخم الهائل من المواقع الموجودة وكثرتها وتعدّدها كمًّا وكيفًا.

- منع محاولات الإعلام المضاد بالنسبة إلى عقائد الشيعة، والردّ عليها بالبرهان والدليل والحجّة.

- السعي إلى جمع العناوين والمعلومات المتناثرة الموجودة في المواقع الشيعية المختلفة؛ فالموقع يحاول أن يكون مصدرًا ومرجعًا مناسبًا لسائر المؤسسات والمواقع والأفراد.

وينقسم الموقع إلى عدة أقسام؛ منها قسم الأسرة- قسم الخدمات الخاصة المعني بتقديم خدمات التعليم أو الشراء الإلكتروني أو البث المباشر للقنوات الفضائية الدينية الشيعية- قسم الشخصيات الدينية الذي يتضمن صفحات عن المراجع والعلماء الشيعة، والقراء والحفاظ - صفحة المداحين- قسم المقالات الذي يتضمن مقالات لكبار كتاب الشيعة - قسم الكتب - قسم الهاتف النقال الذي يحتوي على برامج إسلامية والعديد من اللطميات والأشعار لباكية وكذلك أشعار للمناسبات والأفراح السعيدة - أرشيف امقالات - معرض الصور - مكتبة الأفلام - المكتبة الصوتية. وقد غير الموقع صفحته الرئيسية إلى شكلٍ جديدٍ اعتبارًا من 1-1- 2015.

مختصر تصنيف موقع دليل الشيعة على موقع أليكسا (Alexa):

shiasearch.com صادر من جمهورية إيران ضمن فئة "مواقع إسلامية شيعية"، يتم تصفح 2.6 صفحة يوميًّا في المتوسط، ومعدل الزيارة مرة أخرى لزوار الموقع 43.9% للصفحة الواحدة.

شكل رقم (2)

الصفحة الرئيسية لموقع دليل الشيعة



الموقع الثالث: موقع طريق الإسلام www.islamway.net:

تأسس موقع طريق الإسلام أواخر العام 1998، وكانت فكرة إنشائه أن يكون إذاعة تستهدف مجاراة التكنولوجيا واستثمارها لنشر تعاليم الدين الإسلامي والارتقاء بسلوك المسلم وتثقيفه، وكذلك تيسير الحصول على المادة الإسلامية لكل المسلمين في العالم[1]. وقد أشرف على الموقع في بداياته شخصان استأجرا مساحة على مزود خاص بمبلغ زهيد جدًا، فبدأ الموقع بعدد صغير من الدروس المحاضرات، ثم مر بمراحل تطويرية أسهمت في نجاحها انضمام المتطوعين للعمل في الموقع. ومع زيادة تكاليف الاستضافة، قررا التبرع به لإحدى الجمعيات الإسلامية في أمريكا (التجمع الإسلامي بأمريكا الشمالية)؛ وهي إحدى المنظمات النشطة في الدعوة والعمل الإسلامي، ومقرها ولاية متشجن في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوالت

(1) www.islamway.net/testimonial/14

الإضافات والإسهامات حتى وصل الموقع ليكون أكبر إذاعة إسلامية على شبكة الإنترنت[1]. وقد وظف الموقع منذ عام 2012 التكنولوجيا التفاعلية من خلال برامج تقنية الأندرويد؛ حيث يوجد للموقع تطبيق فعلي في هواتف الأندرويد يمكن تحميله من ماركة "جوجل بلاي" تحت مسمى "طريق الإسلام".

يحتوي الموقع على أقسام عديدة؛ منها: الخطب والدروس- القرآن الكريم - الأناشيد الإسلامية – الفتاوى – المقالات - المكتبة الإسلامية - الفلاشات الدعوية – المرئيات - ركن الأخوات - قسم الجوال - بساتين الخير - واحة الأدب - الدليل الإسلامي - الملفات الخاصة. ويستهدف الموقع[2]:

- تربية جيل صاعد وتصحيح المفاهيم من خلال نشر العلم الشرعي المستند إلى مصادر الشريعة الإسلامية الثابتة.

- الدعوة إلى اجتماع الأمة ونبذ التفرق، والبعد عن التعصب لحزب أو جماعة أو طائفة.

- التعريف بقضايا الأمة ونصرة قضايا المسلمين أينما كانوا، ونصرة الشريعة الإسلامية وتوضيح ما قد يبثه أعداؤها من شبهات.

صناعة رأي عام منضبط بضوابط الشرع.

مختصر تصنيف موقع طريق الإسلام على موقع أليكسا (Alexa):

islamway.net يصنف ضمن فئة "مواقع إسلامية"، يتم تصفح 3.5 صفحة يوميًا في المتوسط، ومعدل الزيارة مرة أخرى لزوار الموقع 50.3% للصفحة الواحدة.

(1) www.islamway.net/testimonial/14

(2) ar.islamway.net /aboutus

شكل رقم (3)

الصفحة الرئيسية لموقع طريق الإسلام



الموقع الرابع: موقع مفكرة الإسلام www.islammemo.cc:

وهو موقع إخباري إعلامي إسلامي يهتم بأحداث العالم الإسلامي بالتركيز على الشأن السياسي في المرتبة الأولى، يليه الشأن الديني الدعوي في المرتبة الثانية. انطلق الموقع في عام 1998 في المملكة العربية السعودية، ويتبع مؤسسة "صويان الهاجري" ومقرها في الرياض، وله مكتب تحرير في القاهرة بإدارة الأستاذ محمد سليمان الزواوي. يمتاز الموقع بالتغطية الإعلامية المستمرة والمتجددة على مدار 24 ساعة، ويستهدف:

- توعية المسلمين بالأحداث الجارية وتغطيتها بموضوعية وبمصداقية.

- تقديم تحليلات علمية وإعلامية لواقع الأحداث، فضلاً عن التقارير المترجمة من الصحافة الغربية.

- تقديم الاستشارات التربوية والطبية والفقهية والاجتماعية والنفسية والقانونية وغيرها.

- التحاور مع الغرب من خلال محاولات إيجاد فرص للحوار والتفاعل مع الغرب. وهذا متمثل في ركن "نحن والغرب".

- الدعوة إلى الإسلام.

مختصر تصنيف موقع مفكرة الإسلام على موقع أليكسا (Alexa):

islammemo.cc صادر من المملكة العربية السعودية ضمن فئة "مواقع إسلامية إخبارية"، يتم تصفح 4.8 صفحة يوميًا في المتوسط، ومعدل الزيارة مرة أخرى لزوار الموقع 29.4% للصفحة الواحدة.

شكل رقم (4)

الصفحة الرئيسية لموقع مفكرة الإسلام



تاسعاً: الإطار الزمني:

امتدت الفترة الزمنية التي خضعت خلالها المواقع الإسلامية (عينة الدراسة) لعملية التحليل، لمدة شهر واحد (ثلاثون يوماً متصلة)، بدأت في (1 يونيو 2014 وانتهت في 30 يونيو 2014 ميلادية، الموافق من 2 شعبان 1435 إلى 2 رمضان 1435هجرية).

استخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة كمية لجمع بيانات الدراسة، حيث تعد استمارة تحليل المضمون أحد الأدوات الأساسية التي يستند إليها باحثو الإعلام في تحليل النصوص الإعلامية المختفة (شريف درويش اللبان، هشام عطية، 2012: 92). وتتوقف نوعية الأدوات التي يعتمد عليها الباحث في إجراء دراسته على طبيعة الأهداف التي يسعى لتحقيقها، ووفقاً لأهداف هذه الدراسة؛ فقد تم تصميم استمارة تحليلية لمضمون المواقع الإسلامية (محل الدراسة)، وما تحتويه من معلومات عن القضايا المتصلة بالشأن الاسلامي.

عاشراً: إختبارا الصدق والثبات:

أ- اختبار الصدق: ونعني بهذا الاختبار قياس صدق أداة جمع المعلومات والبيانات ومدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى لدراسته وتقييمه، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للحقائق الواردة بالدراسة بدرجة كافية (سمير محمد حسين، 2006: 314).

على هذا الأساس، فقد عرضت استمارات التحليل على مجموعة من السادة المحكمين[1] لاختبار مدى قدرتها على قياس المتغيرات التي يفترض أن تقوم بقياسها.

(1) أسماء السادة الأساتذة المحكمين حسب اللقب العلمي على النحو التالي:

1. الأستاذة الدكتورة / إنشراح الشال، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

2. الأستاذ الدكتور/ بركات عبد العزيز، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

3. الأستاذ الدكتور/ خالد صلاح الدين، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

وتم إجراء بعض التعديلات على استمارات التحليل، وذلك في ضوء الملاحظات التي أوصى بها السادة المحكمون.

ب- اختبار الثبات: ويقصد به ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات للتأكد من درجة الاتساق العالية لها وبما يتيح قياس الظواهر والمتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو قياس نفس المتغيرات (سمير محمد حسين، 2006: 310). حيث تم إجراء اختبار الثبات من خلال معادلة "هولستي"، ووفقاً لهذه المعادلة، فإن معامل الثبات = $\frac{\text{2ن}}{\text{ر}_1+\text{ر}_2}$

حيث أن ن= عدد الحالات التي يتفق فيها المرمزان.

---

4. الأستاذ الدكتور/ شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
5. الأستاذ المساعد الدكتور/ محمد عتران، الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
6. الدكتور/ أيمن بريك، المدرس بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
7. الدكتورة/ عبير الشربيني، وكيل شئون التعليم والطلاب والمدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة 6 أكتوبر.
8. الدكتورة/ علياء سامي، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
9. الدكتورة/ فاتن رشاد، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
10. الدكتور/ محمد أحمد هاشم الشريف، المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
11. الدكتور/ محمد عبدالعظيم، المدرس بقسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
12. الأستاذ/ محمد مصطفى رفعت، المدرس المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

ن1= عدد الحالات التي قام الباحث بترميزها.

ن2= عدد الحالات التي قام الباحث المساعد بترميزها.

وبتطبيق المعادلة السابقة، فقد بلغ معامل الثبات في هذه الدراسة 85%، وهـي قيمـة مرتفعـة تدل على صلاحية الأداة.

الفصل الرابع

نتائج تحليل شكل ومضمون المواقع الإسلامية

عينة الدراسة

أولاً: النتائج الخاصة بتحليل شكل المواقع الإسلامية محل الدراسة

ثانياً: النتائج الخاصة بتحليل شكل ومضمون القضايا المتصلة بالشأن الإسلامي في المواقع الإسلامية محل الدراسة

تمهيد:

يناقش هذا الفصل أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة التحليلية التي أُجريت على أربعة مواقع إسلامية على شبكة الإنترنت؛ هي: (موقع المسلم، موقع دليل الشيعة، موقع طريق الإسلام، موقع مفكرة الإسلام). وتم عرض أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة التحليلية وفقًا لمحورين أساسيين، كما يأتي:

المحور الأول:

يعرض النتائج الخاصة بتحليل المواقع الإسلامية محل الدراسة باستخدام استمارة تحليل الشكل؛ حيث حلل الباحث الشكل المرئي للصفحة الرئيسية Home Page للمواقع الإسلامية محل الدراسة، التي اشتملت بدورها التعرف على مدى مراعاة المواقع المذكورة العناصر التالية: جودة التصميم، جودة التنظيم، توظيف آليات عنصر التفاعلية، جودة المعلومات، مدى وجود آليات عنصر الثقة.

المحور الثاني:

يعرض النتائج الخاصة بتحليل مضمون القضايا الدينية المعاصرة المطروحة على المواقع الإسلامية محل الدراسة باستخدام استمارة تحليل المضمون؛ حيث تم تحليل مضمون المواقع الأربعة وما تحتويه من معلومات عن شكل ومضمون القضايا الدينية المعاصرة، واشتملت بدورها على كل من: شكل معالجة هذه القضايا، المستوى اللغوي المستخدم فيها، مدى استعانة المواقع الإسلامية محل الدراسة بالصور والرسوم البيانية المرافقة لعرض القضايا الدينية المعاصرة، مدى توظيف الوسائط المتعددة في عرض القضايا الدينية المعاصرة، مدى سهولة الوصول إلى مضمون القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، مدى وجود قائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، نوع القائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، وظيفة الشخصيات القائمة على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، نوع القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية محل الدراسة،

أبرز القضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها هذه المواقع، المصادر التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية في عرضها القضايا الدينية المعاصرة، طريقة معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية، الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة، اتجاه المواقع الإسلامية محل الدراسة نحو القضايا الدينية المعاصرة.

نتائج الدراسة التحليلية:

يمكن استعراض نتائج الدراسة التحليلية عبر الإجابة على التساؤلات البحثية المرتبطة بشكل المواقع الإسلامية ومضمون القضايا الدينية المعاصرة المعروضة في هذه المواقع وكالآتي:

أولاً: النتائج الخاصة بتحليل شكل المواقع الإسلامية محل الدراسة:

على مستوى المعايير الشكلية الخاصة بالمواقع محل الدراسة، أُثير التساؤل التالي: ما مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة للمعايير الشكلية التي تحث على التفاعلية مع المستخدمين؟

وفي هذا السياق، تعد الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني Home Page وحدة تحليل مثالية في الدراسات التحليلية لمواقع الإنترنت؛ حيث إن كثيراً من زوار الموقع يحددون أيستمرون في تصفح الموقع أم سيتركونه، بناءً على الانطباع المبدئي الذي يتكون لديهم نتيجة اطلاعهم على الصفحة الرئيسية لهذا الموقع (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009: 165).

وعلى هذا الأساس، تم استخدام استمارة تحليل الشكل؛ لتوفر البيانات الشكلية التي تُجمّع من الشكل المرئي للصفحة الرئيسية للمواقع الإلكترونية الإسلامية (محل الدراسة). وقد تم تحليل الشكل المرئي للصفحة الرئيسية Home Page للمواقع الإسلامية محل الدراسة وهي: (موقع المسلم، وموقع دليل الشيعة، وموقع طريق الإسلام، وموقع مفكرة الإسلام). وستتم الإجابة على التساؤل المذكور عبر عدة أبعاد ارتبطت بالجانب الشكلي للمواقع محل الدراسة، مثل جودة التصميم، والتنظيم، وآليات التفاعلية، والمعلومات، ودرجة الثقة المحتومة للمواقع.

البعد الأول: عنصر جودة التصميم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

يعد عنصر جودة التصميم من أهم العناصر التي تؤدي إلى نجاح الموقع أو فشله؛ فهو يهتم بالشكل المرئي في تصميم الموقع لجذب المستخدمين لزيارة هذا الموقع، ومن ثم مكوثهم داخله أطول فترة ممكنة، فتتولد لدى هؤلاء المستخدمين الرغبة في تكرار زيارتهم للموقع مرات أخرى مستقبلاً. وعلى العكس من ذلك، فإن سوء التصميم قد يؤدي إلى ملل المستخدم من الموقع وعدم زيارته مرة أخرى، على الرغم من ثرائه المعلوماتي بالمحتوى والمضمون. والشكل التالي يبين مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة عنصر جودة التصميم في صفحتها الرئيسية كالآتي:

جدول رقم (1)

مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة

لعنصر جودة التصميم

عناصر تحليل الشكل	الأبعاد	مؤشرات القياس	المسلم	دليل الشيعة	طريق الإسلام	مفكرة الإسلام
			حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها
			توجد / لاتوجد	توجد / لاتوجد	توجد / لاتوجد	توجد / لاتوجد
جودة التصميم	1. موقع التصميم من المجال المرئي للشاشة	يمين الشاشة وسط الشاشة يسار الشاشة ملء الشاشة	وسط الشاشة	وسط الشاشة	وسط الشاشة	وسط الشاشة
	2. الجاذبية	تناسق تصميم الصفحة الأولى للموقع	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
		مراعاة الطبيعة الإسلامية للموقع	يوجد	يوجد	يوجد	لا يوجد
	3. الصور	وجود صور ثابتة أو متحركة	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		حجم الصور مناسب للموقع	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		توافر روابط للصور	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	يوجد
	4. النصوص	استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في الموقع	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		تمييز العناوين عن المعلومات الأخرى عن طريق حجم الخط	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		استخدام خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
	5. الألوان	استخدام اللون الأزرق في العناوين الرئيسية والفرعية	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
		استخدام الألوان الفاتحة خلفيات الصفحات	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
	6. الروابط	استخدام عناوين مميزة للروابط	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		استخدام الروابط النصية بدلاً من الصور	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		استخدام روابط نصية تفاعلية مفعلة	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
		توافر روابط لمواقع أخرى	لا يوجد	يوجد	يوجد	لا يوجد
	7. سرعة تحميل الموقع	زمن تحميل الصفحة الرئيسية للموقع بما لا يزيد عن 10 ثوان	سريع / بطيء	سريع / بطيء	سريع / بطيء	سريع / بطيء
			سريع	سريع	لا يوجد	سريع

تشير بيانات الجدول السابق جدول رقم (1) إلى مدى مراعاة المواقع الإسلامية محل الدراسة عنصر جودة التصميم في الصفحة الرئيسية منها، كالآتي:

1. موقع التصميم من المجال المرئي للشاشة:

باستخدام زر (F11) في لوحة المفاتيح الخاصة بجهاز الكمبيوتر لعرض كامل الصفحة الرئيسية للموقع على شاشة الكمبيوتر (Full Screen)، يمكن القول بأن موقع التصميم من المجال المرئي للشاشة لجميع المواقع الإسلامية محل الدراسة، جاء في وسط شاشة المستخدم.

ويرى الباحث أن سبب توحد المواقع الإسلامية محل الدراسة في موقع التصميم في وسط الشاشة هو لكون هذه المواقع عربية، والقارئ العربي يقرأ من جهة اليمين إلى اليسار؛ لذا فمن الأفضل أن يكون موقع التصميم إما في حهة اليمين أو في وسط الشاشة، وهذه هي أفضل المواضع بالنسبة إلى المواقع العربية على شبكة الإنترنت.

2. الجاذبية:

فيما يتعلق بتناسق تصميم الصفحة الرئيسية للمواقع محل الدراسة، فقد ظهر موقعا المسلم وطريق الإسلام بتصميم متناسق ومنظم للصفحة الأولى منهما من حيث التخطيط وتقسيم الصفحة؛ حيث سعى الموقعان إلى تقسيم منظم للصفحة الرئيسية بحيث يتم عرض أكبر قدر ممكن من المعلومات مع مراعاة الحركات الإبداعية والجمالية في التصميم.

أما موقعا دليل الشيعة ومفكرة الإسلام فقد ظهرت صفحتاهما الرئيسيتان بشكل غير متناسق، وجاء تخطيط وتقسيم الصفحة فيهما غير منظم وغير عادل؛ حيث ظهرت مساحات خالية من المحتوى في وسط رأس الصفحة ويسار أعلى وسط الصفحة الرئيسية بالنسبة إلى موقع مفكرة الإسلام، فيما ظهر موقع دليل الشيعة خالي المحتوى من وسط إلى أسفل الصفحة، وتركزت بعض المعلومات فيهما بكثافة في أجزاء أخرى من الصفحة الرئيسية للموقعين، وتركت مساحات أخرى منهما خالية المحتوى.

وبخصوص مراعاة الطبيعة الإسلامية للمواقع محل الدراسة، فقد ظهرت المواقع جميعها ما عدا موقع مفكرة الإسلام بطبيعة إسلامية، من خلال استخدام الصور والنقوش الإسلامية النابعة من الفنون والزخارف الإسلامية؛ ما يضفي على هذه المواقع طبيعة إسلامية، فيما لم يوظف موقع مفكرة الإسلام هذا الأمر، فظهر كأنه موقع إخباري عام لا موقع إعلامي إسلامي، وهو بهذا لم يستفد من إمكانيات الإنترنت في هذا الجانب.

3. الصور:

انفرد موقع طريق الإسلام بوجود عديد من الصور على صفحته الرئيسية، سواء الثابتة منها أو المتحركة باستخدام برنامج أدوبي ميديا فلاش (Adobe Media Flash)، فيما استخدم موقعا المسلم ومفكرة الإسلام الصور الثابتة فقط، ولم تظهر أيٌّ من الصور الثابتة أو المتحركة في الصفحة الرئيسية لموقع دليل الشيعة.

وتشير هذه النتيجة إلى عدم توظيف المواقع الإسلامية محل الدراسة - باستثناء موقع طريق الإسلام- إمكانيات الإنترنت فيما يتعلق بالصور المتحركة التي تضفي جاذبية أكبر للمستخدم وتشير اهتمامه بالتصميم والمحتوى المعلوماتي امتحرك.

وظهر حجم الصور في موقعي المسم وطريق الإسلام مناسبًا إلى حدٍ ما، فيما ظهر موقع مفكرة الإسلام عشوائيًا في حجم الصور على صفحته الرئيسية؛ ما أثر سلبًا في تصميم الصفحة الرئيسية للموقع. ولم يوفر موقعا المسلم وطريق الإسلام روابط لهذه الصور، فيما وفر موقع مفكرة الإسلام روابط للصور المعروضة في صفحته الرئيسية؛ فبمجرد النقر على الصورة يظهر المضمون للمستخدم.

4. النصوص:

بالرجوع إلى بيانات الجدول السابق - جدول رقم 1 - نجد أن ثلاثة مواقع إسلامية؛ هي: المسلم، وطريق الإسلام، ومفكرة الإسلام؛ قد استخدمت أحجامًا مختلفة من الخطوط في العناوين الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية منها تراوحت بين (11، و11.5، و13.5، و19). وقد ميزت المواقع الثلاثة عناوينها الرئيسية والفرعية عن المعلومات الأخرى في صفحتها الرئيسية عن طريق حجم الخط، فيما انفرد موقع دليل الشيعة باستخدامه حجم خط موحدًا في العناوين الرئيسية وأبواب الموقع الثابتة، وهو البنط (9)، ولم تتضمن صفحته الرئيسية أي عنوان فرعي. فيما توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة في استخدام خطوط ذات لون أسود على خلفيات بيضاء؛ ما يريح عين القارئ ويخلق نوعًا من الألفة بين المستخدم والموقع.

ويبدو أن المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت عامةً تختلف عن باقي المواقع الإلكترونية، من حيث إنها تحتوي على الأشكال النصية التي صمم من أجلها الموقع، كالفتاوى والاستشارات والإجابة على تساؤلات الجمهور وغيرها؛ إذ إن مستخدمي هذه المواقع يفضلون القراءة أكثر من المشاهدة أو الاستماع، ويميلون إلى المعلومات التي تكون مكتوبة؛ لذلك يجب أن تراعي هذه المواقع الأحجام والخطوط التي تساعد على يسر القراءة من خلال الاهتمام بشكل ومظهر واتساع الخطوط في النصوص؛ حيث إن هؤلاء المستخدمين يفضلون الخطوط ذات الأحجام الكبيرة والمتوسطة ولا يفضلون الأحجام الصغيرة.

5. الألوان:

استخدم موقعا المسلم وطريق الإسلام اللون الأزرق في جميع العناوين الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية منهما، بما يتماشى ومعايير الشبكة الدولية للإنترنت الخاصة بجودة التصميم. ولم يلتزم موقعا دليل الشيعة ومفكرة الإسلام بهذه المعايير؛ إذ استخدم موقع دليل الشيعة اللون الأسود في جميع عناوين الصفحة الأولى منه، فيما لم يوحد موقع مفكرة الإسلام عناوينه باللون الأزرق؛ حيث استخدم اللون

الأزرق في بعضها والأسود في بعضها الآخر، وهذا يتعارض مع معايير الشبكة الدولية التي تؤكد استخدام اللون الأزرق في العناوين وجميع الروابط (معين صالح يحيى الميتمي، 2012: 27). وفيما يتعلق باستخدام المواقع المذكورة أعلاه الألوان الفاتحة خلفياتٍ لصفحاتها، فقد ظهرت المواقع الإسلامية محل الدراسة جميعها بصفحات ذات ألوان فاتحة خلفياتٍ لها.

6. الروابط:

توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة بتقديمها روابط بعناوين مميزة، سواء من حيث حجم الخط أو اللون المستخدم فيها؛ حيث قدم كل من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام روابط بعناوين مميزة من خلال حجم الخط واللون المستخدم فيها؛ لتمييزها عن باقي المعلومات الأخرى في هذه المواقع، فيما ميز موقع دليل الشيعة روابطه باللون فقط؛ حيث قدم الموقع روابط أبوابه الثابتة بشكلين في الصفحة الرئيسية منه؛ فقد استخدم اللون الأسود على خلفية بيضاء، واستخدم اللون الأبيض على خلفية سوداء للأبواب نفسها، وكذلك لروابط بعض الخدمات، مثل خدمة دليل المواقع، والتعريف بالموقع، واتصل بنا.

وتوحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة في استخدام الروابط النصية بدلاً من الصور، إلا أن موقعي المسلم وطريق الإسلام، قد تميزا في استخدام روابط نصية تفاعلية "مفعلة"، أي التي يتغير لونها من الأزرق إلى الأحمر بمجرد مرور الفأرة عليها، ويظهر أعلاها معلومات عن المادة المنشورة، مثل مصدر المادة وتاريخ النشر وعدد الزيارات ونوع ملف العرض، كما في موقع طريق الإسلام، أو تلك التي يكون تحتها خط مستقيم بلون الرابط، كما في موقع المسلم، فيما استخدم موقعا دليل الشيعة ومفكرة الإسلام الروابط النصية غير المفعلة في جميع صفحات الموقع، وكذلك بالنسبة إلى العناوين الرئيسية فيهما. وذلك مما يتنافى مع معايير جودة الموقع. وقد وفر كل من موقع المسلم ودليل الشيعة وطريق الإسلام روابط لمواقع وصفحات إلكترونية أخرى؛ حيث ارتبط بالصفحة الرئيسية لموقع المسلم ثلاث صفحات تابعة له؛ هي كالتالي: صفحة العلمي، وهي صفحة خاصة بالفتاوى والمسائل العلمية والنوازل والفوائد القرآنية والدراسات،

وصفحة التربوي، وهي صفحة خاصة بالاستشارات التربوية والنفسية والأُسْرية، كما تضمنت أبوابًا أخرى كقضايا وحوارات تربوية وإيمانيات وغيرها، وصفحة خاصة بالمشرف على الموقع تضمنت السيرة الذاتية والفتاوى والمقالات والكتب والحوارات والصوتيات والمرئيات الخاصة بالمشرف التي نشرت في الموقع، وأيضًا صفحة خاصة بالصوتيات والمرئيات خاصة بمجموعة من العلماء والدعاة. ووفر موقع دليل الشيعة روابط لعشرات المواقع الأخرى، فيما وفر موقع طريق الإسلام روابط لمواقع أخرى، مثل موقع مستشارك الخاص، وموقع راف لجمع التبرعات لأهل غزة وإفريقيا الوسطى. ولم يوفر موقع مفكرة الإسلام أي رابط لموقع آخر ما عدا صفحة مفكرة الإسلام للقنوات الفضائية، وهي صفحة خاصة بعرض عدد من القنوات الفضائية الإسلامية والإخبارية والتعليمية وبعض قنوات الأطفال.

7. سرعة الدخول إلى الموقع:

وفقًا لإحصاءات موقع أليكسا (Alexa.com) لترتيب المواقع، فإن ترتيب المواقع محل الدراسة بالنسبة إلى متوسط زمن تحميل الصفحة الرئيسية لها كان كالآتي:

جاء موقع طريق الإسلام في المرتبة الأولى من حيث متوسط زمن التحميل بـ(2.512) ثانية، يليه موقع المسلم بمتوسط زمن تحميل بلغ (3.193) ثانية. وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع مفكرة الإسلام بمتوسط زمن تحميل بلغ (3.417) ثانية. ولم تتوافر أي بيانات لتحليل سرعة تحميل موقع دليل الشيعة في موقع أليكسا.

تأسيسًا على ما سبق، يمكن القول إن المواقع التي يتم فيها التحميل في أقل من ثانيتين تعد مواقع سريعة جدًا، ومن ثانيتين إلى خمس ثوانٍ تعد مواقع سريعة. أما من خمس ثوانٍ إلى عشر فهي متوسطة في السرعة، ومن عشر ثوانٍ إلى ثلاثين ثانيةً تعد مواقع ثقيلة في التحميل، وتصل إلى أن تكون بطيئة عندما يتجاوز زمن التحميل نصف دقيقة وصولاً إلى 45 ثانية. أما المواقع التي يصل بها زمن تحميلها إلى ما فوق 45 ثانية فهي مواقع بطيئة جدًا؛ لذا تعد المواقع الثلاثة أعلاه كلها مواقع

سريعة في متوسط زمن التحميل. ويعتبر موقع طريق الإسلام أفضل هذه المواقع في زمن تحميل الموقع؛ حيث بلغ أقل من ثلاث ثوانٍ فقط.

ولتعرف حجم الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية محل الدراسة بالكيلو بايت، استعان الباحث ببرنامج Website Analyzer Tool (*)، فظهر حجم الصفحات الرئيسية لهذه المواقع كالآتي:

- موقع المسلم: 62 كيلو بايت.
- موقع دليل الشيعة: لا توجد له بيانات في موقع برنامج التحليل.
- موقع طريق الإسلام: 87 كيلو بايت.
- موقع مفكرة الإسلام: 99 كيلو بايت.

وبناءً على ما سبق يمكن القول إن حجم الصفحة الرئيسية للموقع يعد من العوامل المؤثرة في عملية التحميل، ومن ثم في جودة الموقع؛ فالحجم الكبير يعني زيادة الزمن اللازم لتحميل الصفحة الرئيسية للموقع، وبالعكس. ويعد حجم الصفحة الرئيسية المناسب للمواقع الإلكترونية هو 50 كيلو بايت؛ فالمواقع التي يكون حجم الصفحة الرئيسية فيها أقل من 50 كيلو بايت تعد جيدة، والتي حجمها بين 50 - 100 كيلو بايت تعد متوسطة في التقييم، والتي يكون حجمها أكبر من 100 كيلو بايت تعد ضعيفة؛ حيث تتطلب وقتًا كبيرًا في تحميل الموقع.

(*) Website Analyzer Tool هو أداة مجانية لتحليل صفحات الويب، مثل قياس حجم الصفحة الرئيسية للموقع، وحجم ملفات الصور والنصوص وعدد الوسائط، وقياس الحجم الكلي وتقديم بيانات أخرى للموقع المراد تحليله.

http://www.visible.net/tools/analyzer/index.php

ومما سبق، يتضح لنا أن موقع المسلم هو أفضل المواقع الإسلامية من حيث حجم الصفحة الرئيسية؛ حيث بلغ حجم صفحته الرئيسية (62 كيلو بايت)، يليه موقع طريق الإسلام بـ(87 كيلو بايت)، ثم موقع مفكرة الإسلام بـ(99 كيلو بايت).

البعد الثاني: مدى مراعاة عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (2)

مدى توظيف عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية محل الدراسة

<table>
<tr><th rowspan="3">عناصر تحليل الشكل</th><th rowspan="3">الآليات</th><th rowspan="3">مؤشرات القياس</th><th colspan="2">المسلم</th><th colspan="2">دليل الشيعة</th><th colspan="2">طريق الإسلام</th><th colspan="2">مفكرة الإسلام</th></tr>
<tr><th colspan="2">حالة وجودها</th><th colspan="2">حالة وجودها</th><th colspan="2">حالة وجودها</th><th colspan="2">حالة وجودها</th></tr>
<tr><th>توجد</th><th>لاتوجد</th><th>توجد</th><th>لاتوجد</th><th>توجد</th><th>لاتوجد</th><th>توجد</th><th>لاتوجد</th></tr>
<tr><td rowspan="3">جودة التنظيم</td><td>1. شكل اللوجو وموقعه</td><td>يوجد لوجو الموقع في مكان واضح وعلى كل صفحة من صفحاته</td><td colspan="2">يوجد</td><td colspan="2">يوجد</td><td colspan="2">يوجد</td><td colspan="2">يوجد</td></tr>
<tr><td>2. خريطة الموقع</td><td>احتواء الموقع على خريطة</td><td colspan="2">لا يوجد</td><td colspan="2">لا يوجد</td><td colspan="2">يوجد</td><td colspan="2">لا يوجد</td></tr>
<tr><td>3. الاتساق</td><td>يوجد توافق في جميع الصفحات في طريقة عرضه</td><td colspan="2">يوجد</td><td colspan="2">لا يوجد</td><td colspan="2">يوجد</td><td colspan="2">يوجد</td></tr>
</table>

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى توظيف عنصر جودة التنظيم في المواقع الإسلامية محل الدراسة وكالآتي:

1. شكل اللوجو وموقعه:

توحدت المواقع الأربعة عينة الدراسة في وجود اللوغو الخاص بها في مكان واضح وعلى كل صفحة من صفحاتها، وتميزت ثلاثة مواقع منها – وهي: المسلم، وطريق

الإسلام، ومفكرة الإسلام- بوجوده في الجهة اليمنى للمستخدم على شاشة الكومبيوتر، وبشكل واضح ولون مميز وباللغة العربية، وتحته اسم الموقع باللغة الإنجليزية، فيما انفرد موقع دليل الشيعة بوجود اللوجو الخاص به على الجهة اليسرى منه. ويعزى سبب ذلك إلى أن لوغو موقع دليل الشيعة ظهر مكتوبًا باللغة الإنجليزية فقط. وكما هو معلوم فإن اللغة الإنجليزية تبدأ من جهة اليسار إلى اليمين؛ لذا وضع في الجهة اليسرى بما يناسب معطيات هذه اللغة.

شكل رقم (5)

لوجو المواقع الإسلامية محل الدراسة






مفكرة الاسلام
ISLAMMEMO.CC



2. خريطة الموقع:

تميز موقع طريق الإسلام بوجود خارطة تفصيلية لكل صفحة من صفحات الموقع، فيما انعدم وجودها في مواقع المسلم ودليل الشيعة ومفكرة الإسلام.

3. الاتساق:

تميز كل من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام بوجود توافق في جميع الصفحات في طريقة عرضها، فيما اختلف موقع دليل الشيعة في عدم وحود توافق وثبات في صفحاته الداخلية، فكانت مختلفة تمامًا عن الصفحات الأخرى، والسبب في ذلك يعود إلى أن كل صفحة من صفحات موقع دليل الشيعة تمثل موقعًا مستقلاً تمامًا عن الموقع نفسه؛ وذلك باعتباره دليلاً للمواقع الشيعية على شبكة الإنترنت؛ فالضغط على أي رابط فيه سيقودنا إلى موقع آخر.

البعد الثالث: مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (3)

مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية محل الدراسة

عناصر تحليل الشكل	الآليات	مؤشرات القياس	المسلم	دليل الشيعة	طريق الإسلام	مفكرة الإسلام
			حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها	حالة وجودها
			توجد / لاتوجد	توجد / لاتوجد	توجد / لاتوجد	توجد / لاتوجد
التفاعلية	1. اتجاه الاتصال	وجود بريد إلكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		وجود قائمة بعناوين البريد الإلكتروني للاتصال بمشرفي أو محرري الموقع	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
		وجود قائمة بريدية عامة	لا يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		وجود أيٍّ من أشكال الاتصال التزامني	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		معلومات التواصل مع المستخدمين	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
	2. التحكم في الاتصال	إمكانية التحكم في عرض محتوى الصفحة الرئيسية للموقع	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
		وجود استطلاعات للرأي	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		تقديم خدمة RSS	يوجد	لا يوجد	يوجد	يوجد
		آليات بحث داخل الموقع في الصفحة الرئيسية منه	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		آليات بحث في الويب	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد
		المعلومات قابلة للتداول بين المستخدمين	يوجد	يوجد	يوجد	لا يوجد
	3. حيوية الاتصال	وجود مواد صوتية مسجلة أو حية	يوجد	يوجد	يوجد	لا يوجد
		وجود مواد مصورة مسجلة أو حية	يوجد	يوجد	يوجد	يوجد
		بث مباشر لقنوات فضائية	لا يوجد	يوجد	يوجد	يوجد

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى توظيف آليات عنصر التفاعلية في المواقع الإسلامية محل الدراسة في الصفحة الرئيسية منها كالآتي:

1. اتجاه الاتصال:

إن توظيف اتجاه الاتصال آليةً تفاعل بين المستخدمين للمواقع الإسلامية عينة الدراسة والقائمين على هذه المواقع يمكن بيانه كما يأتي:

أ- وجود بريد إلكتروني لاستقبال رسائل زوار الموقع:

قدمت المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة نموذجًا موحدًا لاستقبال رسائل زوار الموقع، تمثل في أيقونة "اتصل بنا" لاستقبال النصوص والملاحظات على محتوى الموقع، فيما أضاف موقع المسلم نموذجًا آخر للتواصل مع مستخدميه تحت مسمى "أرسل سؤالك"، خاصًا بصفحة الفتاوى والاستفسارات الدينية، كما أضاف موقع مفكرة الإسلام خدمة تحت مسمى "أرسل مشاركتك"، وهي خدمة تبادل ملفات الصور والفيديو ورفعها إلى الموقع، انطلاقًا من العمل بمبدأ صحافة المواطن. ويجب التنويه بأن أيقونة "اتصل بنا" في موقع دليل الشيعة لا تعمل، فبالضغط عليها تظهر لنا عبارة "خطأ".

ب- وجود قائمة بعناوين البريد الإلكتروني للاتصال بمشرفي أو محرري الموقع:

قدم موقعان فقط من المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة قائمة بعناوين البريد الإلكتروني الخاص بمشرفي ومحرري صفحاتهما ؛ هما موقعا المسلم وطريق الإسلام؛ حيث قدم موقع المسلم قائمة عناوين بريد إلكتروني شملت الاتصال بالمشرف العام للموقع ومدير التحرير ومشرف الصوتيات ومشرف القسم العلمي، وكذلك مسئول وحدة الدعم الفني في الموقع. أما موقع طريق الإسلام فقد قدم قائمة أوسع شملت الاتصال بمسئولي أقسام القرآن الكريم والدروس والخطب والأناشيد والفيديو والفلاش والمكتبة والمقالات، ومشرف قسم الفتاوى، ومسئول قسم التصميمات

والجرافيكس، ومشرف القسم الإنجليزي، ومشرف خدمة الإعلانات، وكذلك الشكاوى والمقترحات، وأيضًا مسئول مركز تدريب المتطوعين من الراغبين في العمل بالموقع، فيما قدم موقع دليل الشيعة بريدًا إلكترونيًا للاتصال بمدير الموقع، إلا أنه لا يعمل. ولم يقدم موقع مفكرة الإسلام أي بريد إلكتروني للاتصال بمشرف أو مسؤولي الموقع، سوى بريدين؛ أحدهما خاص بالاستفسارات، والآخر خاص بالإعلانات.

ث- وجود قائمة بريدية عامة:

قدم موقعا طريق الإسلام ومفكرة الإسلام قائمة بريدية في كليهما، تحت مسمى "القائمة البريدية"، يتم الاشتراك فيها بإدخال المستخدم بريده الإلكتروني ليحصل على الأخبار والتقارير وكل جديد على بريده الإلكتروني دوريًا. ولم يقدم موقعا المسلم ودليل الشيعة أي قوائم بريدية خاصة بالمستخدمين، رغم امتلاكهما عددًا من الصفحات والمواقع التابعة لهما.

ث- وجود أي شكل من أشكال الاتصال التزامني:

قدمت ثلاثة مواقع إسلامية؛ هي: المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام، مقتطفات مما تنشره على صفحاتها الرئيسية، من مواد إخبارية أو موضوعات سياسية أو دينية أو تربوية أو أسرية أو اجتمعية أو غيرها، أعادت نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لها كفيس بوك وتويتر، مع إتاحة إمكانية التعليق عليها ومشاركتها من قبل المستخدمين. إضافة إلى ذلك قدمت هذه المواقع، مع أغلب موضوعاتها، خدمة "شارك" في الشبكات الاجتماعية لمشاركة صفحاتها مع المستخدمين، بما فيها من صور ومقاطع فيديو ونصوص، شرط أن يكونوا مشتركين في هذه الخدمات.

ولم يقدم موقع دليل الشيعة أي شكل من أشكال الاتصال التزامني، ولم يوظف شبكات التواصل الاجتماعي في نشر موضوعاته أو التفاعل معها من قبل المستخدمين؛ ما يعني قصورًا واضحًا من الموقع؛ لعدم استثماره إمكانيات الإنترنت في هذا الجانب. هذا وقد خلت المواقع المذكورة جميعها من وجود أي خدمة لدردشة فورية بينها وبين المستخدمين.

ج- معلومات التواصل مع المستخدمين:

قدمت المواقع الإسلامية محل الدراسة - باستثناء موقع دليل الشيعة- عدة مستويات لخدمات التواصل مع مستخدميها وزوارها؛ حيث قدم موقع المسلم ثلاثة مستويات للتواصل مع جمهوره، تمثلت فيما يأتي:

- اتصل بنا: احتوت هذه الصفحة على مربع إدخال بيانات المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني، يوجه إلى القائمين على الموقع، لإبداء آرائهم وملاحظاتهم واستفساراتهم.

- أرسل سؤالك: وهي صفحة خاصة بتساؤلات واستفسارات الجمهور في صفحة الفتاوى والاستفسارات الدينية، ومن أجل التواصل مع هذا الجمهور.

- النسخة الكفية: حيث يقدم موقع المسلم خدمة التصفح عن طريق الجوال؛ فبمجرد دخول المستخدم إلى الموقع عن طريق الجوال سيتم توجيهه إلى النسخة الكفية مباشرةً.

أما موقع طريق الإسلام فقد قدم ثلاثة مستويات أيضًا للتواصل مع جمهوره تمثلت فيما يأتي:

- اتصل بنا: عبر البريد الإلكتروني.

- أعلن معنا: احتوت هذه الصفحة على معلومات للعروض الخاصة وللإعلان عبر الموقع وللتواصل مع جمهور الموقع من خلال بريد إلكتروني مُعَد لهذا الغرض.

- مساعدة: احتوت هذه الصفحة على مجموعة من الشروحات لكيفية استخدام بعض خدمات الموقع التي تتيح للمستخدم سهولة التعامل معه، مثل تعرُّف طريقة البحث داخل الموقع، أو كيفية استخدام خدمة RSS، أو طريقة استخدام قائمة التشغيل وغير ذلك.

فيما تميز موقع مفكرة الإسلام بإفراد أربعة مستويات للتواصل مع جمهوره وزواره، كما يأتي:

- جوال المفكرة: وهي خدمة جديدة أطلقها موقع مفكرة الإسلام للتواصل مع مستخدميه عبر الهاتف الجوال الذي يدعم خدمة التصفح للإنترنت، بإطلاعهم على آخر الأخبار والمستجدات، والتواصل الدائم مع الأحداث لحظة بلحظة؛ فبمجرد كتابة عنوان المفكرة http://mobile.islammemo.cc في متصفح الهاتف الجوال يتم الدخول إلى الموقع الذي أعد خصيصًا لهذا النوع من الأجهزة، الذي يراعى فيه بساطة العرض لتتناسب مع إمكانيات كل الأجهزة، والتقليل بقدر كبير من تكاليف التصفح، وبدون أي مقابل مادي من مستخدمين هذه الخدمة.

- اتصل بنا: عبر الإلكتروني لإبداء أي ملاحظات أو آراء حول الموقع أو محتوياته.

- شارك برأيك: وهي خدمة يتيحها الموقع بطرحه قضية معينة وإتاحة إمكانية التعليق عليها من قبل المستخدمين.

- أعلن معنا: للإعلان عبر الموقع عن السلع والخدمات، والتواصل مع المستخدمين عبر البريد الإلكتروني المخصص لهذا الغرض.

وتوحدت المواقع الإسلامية الثلاثة في توظيفها مواقع التواصل الاجتماعي، كفيس بوك وتويتر ويوتيوب، لإيصال خدماتها إلى الجمهور، والتواصل المستمر معهم. ولم يقدم موقع دليل الشيعة أي معلومات خاصة بالتواصل مع مستخدميه وزواره.

2. التحكم في الاتصال:

إن توظيف آليات التحكم في الاتصال في المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة كآلية تفاعلية بين الموقع وجمهوره؛ يمكن الإشارة إليه كما يأتي:

أ- إمكانية التحكم في عرض محتوى الصفحة الرئيسية للموقع:

لم توفر المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة أي إمكانية أو خاصية تتيح لمستخدميها التحكم في شكلها أو عرض محتواها أو ما يطلق عليه بـ"تخصيص الموقع"، ما عدا موقع طريق الإسلام الذي كان يتيح هذه الخاصية سابقًا، إلا أنه استغنى عنها مؤخرًا ولم يَبْقَ منها سوى شروحات تفصيلية عنها في أيقونة "مساعدة".

ب- وجود استطلاعات للرأي:

قدم موقع المسلم نموذجًا واحدًا للاستطلاع تمثل في استطلاع للرأي حول بعض الأحداث والقضايا في الساحتين العربية والدولية؛ حيث يتم شرح مختصر للحدث أو القضية ثم يتم استقبال تعليقات المستخدمين لهذا الحدث أو تلك القضية، وكذلك وظف موقع المسلم هذا النموذج لتعرف آراء وملاحظات ومقترحات الزائرين حول مضمون أو شكل الموقع من أجل تطويره أو إضافة خدمات أخرى يحتاجها هؤلاء الزوار من خلال طلب الموقع من زواره إبداء آرائهم ومقترحاتهم حول الموقع.

ولم يقدم موقع دليل الشيعة أي نموذج للاستطلاع، فيما وفر موقع طريق الإسلام نموذجين للاستطلاع كلاهما يتعلق بتصميم الموقع: الأول نموذج للتصويت من خلال طرح سؤال محدد حول تصميم الموقع متبوع بعدد من الخيارات للإجابة عليه. أما النموذج الثاني فهو مجموعة أسئلة مغلقة متسلسلة ومتبوعة بخيارات معينة ليجيب عنها المستخدم حسب ما يراه مناسبًا. وقد وضع هذا الاستطلاع لعدة أيام ثم أُزيل. وهدف هذا الاستطلاع - حسب الموقع - هو معرفة آراء الجمهور في شكل ومحتوى الموقع والخدمات التفاعلية التي يقدمها وشكل تواصله مع الجمهور، ومن ثم تعرف أوجه القصور في هذا الجانب؛ لتلافيها مستقبلاً.

أما موقع مفكرة الإسلام فقد قدم نموذجين للاستطلاع أيضًا: الأول سؤال محدد عن قضية سياسية عربية أو دولية متبوع بعدد من الخيارات. والثاني تقديم خبر معين حول إحدى القضايا العربية ومن ثم استقبال تعليقات المستخدمين عليه.

ويبدو أن القيمة التفاعلية الحقيقية التي تتحقق من توظيف استطلاعات الرأي في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، تكمن في أن هذه الاستطلاعات تتيح للمستخدم أو الزائر إمكانية تعبيره عن رأيه، ومقارنته بآراء غيره من المستخدمين الذين شاركوا بالتصويت في استطلاع الرأي، كما توفر هذه الاستطلاعات للمواقع الإسلامية فرصة لتعرُّف رد فعل سريع من مستخدميها إزاء موضوع الاستطلاع، ومن ثم إمكانية توظيف هذه المعلومات في سياق شامل كامل يخدم هذه المواقع.

ت- تقديم خدمة RSS (●):

قدم كلٌ من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام خدمة RSS، إلا أن موقع المسلم اشترط الاشتراك ببرنامج قارئ الأخبار الذي يعرض هذه الخدمة، لكنها حتى كتابة هذه الدراسة غير قابلة للتصفح بسبب خطأ ربما في التصميم والبرمجة. أما موقع طريق الإسلام فلم يشترط الاشتراك ببرنامج قارئ الأخبار، بل بمجرد دخول الموقع باستخدام متصفح فاير فوكس أو إنترنت إكسبلورر الإصدار السابع وما بعده، يمكن الاشتراك بسهولة في هذه الخدمة لتعرُّف جديد التلاوات القرآنية والدروس والخطب والفتاوى والمقالات وجديد المكتبة والأناشيد. وأتاح موقع مفكرة الإسلام لمستخدميه طريقتين لتفعيل هذه الخدمة: الأولى عن طريق أحد مواقع مجمعات RSS، وهي مواقع متخصصة بحفظ وإدارة محتويات RSS؛ فبالضغط على أحد هذه المواقع والاشتراك فيها يتم تفعيل هذه الخدمة. والطريقة الثانية باستخدام

(●) حدمة RSS: اختصار لمصطلح (Really Simple Syndication) وهي خدمة مجانية ووسيلة سهلة تمكن المستخدم من الحصول على آخر الأخبار فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الإنترنت؛ فبدلاً من فتح صفحات المواقع والبحث عن الموضوعات الجديدة، فإن خدمة RSS تزوده بما يستجد من أخبار وموضوعات على تلك المواقع فور نشرها. ويمكن الاستفادة من خدمة RSS بأكثر من طريقة:

- ❖ عن طريق المتصفح: في حال استخدام لإصدار السابع من المتصفح إنترنت إكسبلورر، أو المتصفح فاير فوكس، فيمكن البدء في الاستفادة من خدمة RSS دون الحاجة إلى أي برامج أخرى.
- ❖ عن طريق قارئ RSS: بدلاً من استخدام المتصفح، يمكن استخدام أحد برامج قراءة RSS. وهذه البرامج قد توفر للمستخدمين إمكانيات أكبر من تلك التي تقدمها المتصفحات. ومن أمثلة هذه البرامج RssReader - FeedReader - Active Web Reader.
- ❖ عن طريق أحد مواقع مجمعات RSS. هي مواقع متخصصة ب حفظ وإدارة محتويات RSS. والميزة الأساسية من استخدام هذه المواقع هي إمكانية الدخول عليها من أي جهاز حاسوب متصل بالإنترنت. ومن أشهر هذه المواقع feedly - Bloglines NewsGator – Google Reader.

أحد برامج قراءة RSS وتفعيلها ليتم الاشتراك في هذه الخدمة والحصول على آخر الأخبار والمستجدات. ولم يقدم موقع دليل الشيعة هذه الخدمة لمستخدميه وزواره.

ث- آليات بحث داخل الموقع في الصفحة الرئيسية منه:

توحدت المواقع الإسلامية محل الدراسة بوجود آليات بحث للمحتويات داخلها. وجاءت جميع محركات البحث الداخلية في المواقع الأربعة في الجهة اليسرى من الصفحة الرئيسية منها.

ج- آليات بحث في شبكة الإنترنت (خارج الموقع):

انفرد موقع المسلم بوجود آلية للبحث خارج الموقع (محرك بحث خارجي) من بين المواقع الأربعة محل الدراسة، إلا أنه عند استخدام هذا المحرك للبحث في شبكة الإنترنت تظهر عبارة "خطأ"، أي أن محرك البحث هذا لا يعمل. وربما يعود سبب ذلك إلى قصور في البرمجة والتصميم، فيما انعدمت هذه الآلية في المواقع الأخرى محل الدراسة.

ح- المعلومات قابلة للتداول بين المستخدمين:

تميز موقعا المسلم وطريق الإسلام بوجود إمكانية لطباعة محتوى الموقع، فيما انعدمت هذه الخاصية في موقعي دليل الشيعة ومفكرة الإسلام، كما أتاح كلٌّ من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام إمكانية تداول محتوى المعلومات بين المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني وموقعي التواصل الاجتماعي "فيس بوك وتويتر". ولم تتوافر هذه الخاصية في موقع دليل الشيعة.

3. حيوية الاتصال:

إن عنصر حيوية الاتصال في المواقع الإسلامية محل الدراسة له آليات ومؤشرات قياس يمكن الإشارة إليها كما يأتي:

أ- وجود مواد صوتية مسجلة أو حية:

قدم موقع المسلم صفحة مستقلة باسم "صوتيات ومرئيات" مع رابط لها من الصفحة الرئيسية للموقع؛ حيث يمكن للمستخدم أن يستمع أو يحمل المواد الصوتية الموجودة في هذه الصفحة من تلاوات للقرآن الكريم ومحاضرات ودروس وخطب وفتاوى لمجموعة من العلماء والمشايخ وحفظها في جهازه بصيغة MP3، مع إمكانية إرسالها إلى صديق عبر البريد الإلكتروني. أما موقع دليل الشيعة فقد قدم ركنًا خاصًا بالصوتيات تحت اسم "المكتبة الصوتية"، تضمنت تلاوات من القرآن الكريم وتواشيح دينية وحسينيات ومدائح ومحاضرات ودروسًا دينية، مع إمكانية تحميلها أو الاستماع إليها فقط، فيما انفرد موقع طريق الإسلام بوجود مواد صوتية مصنفة ومرتبة بشكل يسهل التعامل معه في ثلاثة أقسام: الأول- قسم التلاوات، ويشمل تلاوات للقرآن الكريم بمختلف الروايات ولأشهر القراء مع وجود ترجمات مرئية لها باللغتين الإنجليزية والفرنسية وإتاحة تحميلها. والثاني- قسم الدروس. والثالث- قسم الكتب المسموعة أو الكتب الناطقة. ولم يقدم موقع مفكرة الإسلام أي مواد صوتية مسجلة أو حية في جميع صفحاته.

ب- وجود مواد مصورة مسجلة أو حية:

قدم موقع المسلم محتوى مُصوَّرًا مرفقًا مع الأخبار الرئيسة في صفحته الرئيسية، مع ذكر كلمة "فيديو" في كل عنوان رئيسي للخبر الذي يحتوي على ملف فيديو، كما توجد صفحة "صوتيات ومرئيات" تحتوي على ملفات فيديو لمحاضرات ودروس دينية لبعض العلماء، بعضها مسجل والبعض الآخر ينقل "مسموعًا" مباشرة من أرض الحدث، فيما أفرد موقع دليل الشيعة صفحة خاصة بالمقاطع المصورة المسجلة باسم "مسلسلات وأفلام إسلامية" يتم من خلالها مشاهدة مجموعة من الأفلام والمسلسلات الإسلامية والتاريخية وكارتون الأطفال. وقدم أيضًا موقع طريق الإسلام تحت اسم "مرئيات" باقة منوعة من المرئيات الإسلامية من الدروس والمحاضرات والتلاوات وأفلام الكارتون الموجهة إلى الطفل المسلم. وتحت المسمى

نفسه عرض موقع مفكرة الإسلام فيديوهات منوعة سياسية واجتماعية وتربوية وحوادث وغرائب، وكذلك فيديوهات مرفقة مع بعض الأخبار الرئيسة.

ت- بث مباشر لقنوات فضائية:

تميزت مواقع دليل الشيعة وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام بوجود روابط بث مباشر لقنوات عديدة إسلامية وإخبارية وأطفال ومنوعات، فيما لم يقدم موقع المسلم هذه الخدمة.

البعد الرابع: جودة المعلومات في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (4)

مدى جودة المعلومات في المواقع الإسلامية محل الدراسة

العنصر	الآلية	مؤشرات القياس	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام	
			حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها	
			كثيرة	قليلة	كثيرة	قليلة	كثيرة	قليلة	كثيرة	قليلة
جودة المعلومات	الثراء المعلوماتي	كثافة المعلومات في الصفحة الأولى	كثيرة		قليلة		كثيرة		كثيرة	
		نوع المعلومات المعروضة	دعوية	متنوعة	دعوية	متنوعة	دعوية	متنوعة	دعوية	متنوعة
			متنوعة		متنوعة		دعوية		متنوعة	

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن مؤشرات قياس عنصر جودة المعلومات في المواقع الإسلامية محل الدراسة تتضح لنا مما يأتي:

بستخدام زر (F11) في لوحة المفاتيح الخاصة بجهاز الكمبيوتر لعرض كامل الصفحة الرئيسية للموقع على شاشة الكمبيوتر (Full Screen)، يمكن حساب عدد عناوين المعلومات المقدمة في المجال المرئي للشاشة لكل موقع من المواقع الإسلامية محل الدراسة؛ وذلك من أجل تعرُّف مدى الثراء المعلوماتي الذي تتمتع به هذه المواقع، كما يأتي:

1. كثافة المعلومات في الصفحة الأولى:

عند احتساب عدد المعلومات المقدمة في المجال المرئي لشاشة الكومبيوتر في موقع المسلم، يتضح لنا أن هنالك (72) عنوانًا فيه، فيما تم احتساب (49) عنوانًا في المجال المرئي لموقع مفكرة الإسلام، و(46) عنوانًا في موقع طريق الإسلام. أما موقع

دليل الشيعة فلم تتجاوز عناوين المعلومات المقدمة فيه (7) عناوين فقط. وتشير هذه النتيجة إلى أن أكثر المواقع الإسلامية ثراءً بالمعلومات هو موقع المسلم، يليه موقع مفكرة الإسلام، ثم طريق الإسلام، وأخيرًا موقع دليل الشيعة.

2. نوع المعلومات المعروضة:

تميز موقعا المسلم ومفكرة الإسلام بعرض معلومات إخبارية سياسية بالدرجة الأولى في الصفحة الرئيسية منهما؛ حيث إن موقع المسلم عرض بجانب معلوماته الإخبارية معلومات وموضوعات دعوية وعلمية وتربوية واجتماعية وثقافية وإعلامية؛ فهو منبر علمي دعوي إعلامي، يستهدف عرض أهم الأخبار، والموضوعات السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والفكرية، التي تهم المسلمين، وتحليلها، والتعليق عليها، وفق منهجية تلتزم الموضوعية، وتحقق مصلحة الأمة، كما في الأيقونة التعريفية به. أما موقع مفكرة الإسلام فهو موقع إخباري بالدرجة الأولى، يستهدف تقديم الحدث أولاً بأول -كما يشير الموقع إلى ذلك عند تعريفه بنفسه- إضافة إلى ذلك يقدم موضوعات منوعة، منها ما هو اجتماعي وأُسْري وصحي وغير ذلك. ولم يهتم موقعا دليل الشيعة وطريق الإسلام بعرض الأخبار حتى في الصفحة الرئيسية منهما؛ حيث اهتم موقع دليل الشيعة بالموضوعات الدينية والتاريخية والثقافية والاجتماعية والأسرية بعيدًا عن صياغة الأخبار، فيما انفرد موقع طريق الإسلام بأنه موقع إسلامي دعوي يستهدف تصحيح المفاهيم بنشر العلم الشرعي المستند إلى مصادر الشريعة الإسلامية الثابتة، حسب ما أشار إليه الموقع في أهدافه.

البعد الخامس: آليات عنصر الثقة بالمواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (5)

مدى وجود آليات عنصر الثقة بالمواقع الإسلامية محل الدراسة

عناصر تحليل الشكل	الآليات	مؤشرات القياس	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام	
			حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها		حالة وجودها	
			توجد	لاتوجد	توجد	لاتوجد	توجد	لاتوجد	توجد	لاتوجد
الثقة	توافر معلومات عن الموقع	المسئول عن الموقع ونوعه	يوجد		لا يوجد		لا يوجد		لا يوجد	
		معلومات عن المسئول عن الموقع	يوجد		لا يوجد		لا يوجد		لا يوجد	
		معلومات الاتصال بالموقع	يوجد		لا يوجد		يوجد		يوجد	
		عنوان الموقع على أرض الواقع	لا يوجد		لا يوجد		لا يوجد		لا يوجد	
	عدد الزوار	وجود عداد لمعرفة عدد زوار الموقع	لا يوجد		لا يوجد		يوجد		لا يوجد	

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن آليات عنصر الثقة بالمواقع الإسلامية محل الدراسة تتضح لنا من خلال توافر معلومات عن هذه المواقع وكما يأتي:

انفرد موقع المسلم عن المواقع الإسلامية الأخرى محل الدراسة بذكر معلومات عنه من حيث ذكر المسئول عن الموقع ونوعه وذكر معلومات عن الجهة القائمة عليه؛ حيث بيَّن الموقع أنه يمثل الواجهة الإعلامية لمؤسسة "ديوان المسلم"، وهي مؤسسة علمية دعوية تربوية واجتماعية سعودية مقرها في الرياض، يشرف عليها الشيخ د. ناصر بن سليمان العمر، فيما لم يقدم كلٌ من موقع دليل الشيعة وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام أي معلومات، سواء على صفحتيهما الرئيسيتين أو صفحاتهما الداخلية عن أي جهة أو مؤسسة إعلامية يتبعانها. وربما يعود ذلك إلى أسباب أمنية خاصة بهذه المواقع.

وبخصوص معلومات الاتصال بالموقع؛ فقد قدم كلٌّ من موقع المسلم وطريق الإسلام ومفكرة الإسلام معلومات للاتصال به، فيما لم يقدم موقع دليل الشيعة أي معلومات للاتصال به، ما عدا بريدًا إلكترونيًا للاتصال بمدير الموقع، وبعد تجربته تبين أنه لا يعمل.

أما عنوان الموقع على أرض الواقع؛ فلم تقدم المواقع الإسلامية محل الدراسة جميعها أي عنوان لها على أرض الواقع في الصفحة الرئيسية منها أو حتى الصفحات الداخلية منها. وبعد رجوعنا إلى تحليل بيانات موقع أليكسا alexa.com لكل موقع على حدة، وبذلنا جهودًا في معرفة المسئولين عن المواقع المذكورة؛ تبين أن موقع المسلم مقره في الرياض في المملكة العربية السعودية، وله مكتب تحرير في مدينة القاهرة يرأسه الأستاذ أمير سعيد، وموقع دليل الشيعة مقره في إيران، في حين أن موقع مفكرة الإسلام يتبع مؤسسة "صويان الهاجري" ومقرها في السعودية، وللموقع مكتب تحرير في القاهرة بإدارة الأستاذ محمد سليمان الزواوي.

أما بخصوص آلية لمعرفة عدد زوار الموقع؛ فقد انفرد موقع طريق الإسلام بوجود عداد لمعرفة عدد زواره؛ حيث يظهر في أسفل شاشة المستخدم وفي كل صفحة من صفحاته عداد زوار الموقع وعدد الدول التي يدخل منها هؤلاء المستخدمون للموقع، فيما لم توفر المواقع الأخرى محل الدراسة عدادًا أو أية آلية أخرى لمعرفة عدد زوارها. ولعل سبب ذلك يعود إلى خوف القائمين على هذه المواقع من أن تتحول هذه النافذة إلى مؤشر على ضعفها إذا كان عدد الزائرين قليلًا.

ويمكن أن يكون عدد الزوار عنصرًا مهمًّا في بناء الثقة بين الموقع ومستخدميه؛ حيث أنه كلما ارتفع عدد زوار الموقع ومستخدميه، زادت الثقة بهذا الموقع، أو بالعكس.

ثانياً: النتائج الخاصة بتحليل شكل ومضمون القضايا المتصلة بالشأن الإسلامي في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

تم تحليل الأبعاد الشكلية للقضايا الدينية المعاصرة، وكذلك مضمون المواقع الإسلامية محل الدراسة تجاه هذه القضايا، كما يأتي:

1. المعايير الشكلية المرتبطة بالقضايا الدينية المعاصرة المطروحة على المواقع محل الدراسة.

يتم استعراض هذه المعايير للإجابة على التساؤل التالي: ما المعايير الشكلية المرتبطة بالقضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة؟، وذلك عبر التركيز على عديد من الأبعاد مثل؛ القوالب الفنية التي ظهرت بها هذه القضايا، مستواها اللغوي، حجم الخط الذي ظهرت به في المواقع محل الدراسة، الصور المرافقة لها، الرسوم التوضيحية والجرافيك الخاصة بها، شكل عرضها في الصفحة الرئيسية لهذه المواقع، الوسائط المتعددة، سهولة الوصول لها عبر روابط مباشرة، ومدى تحديثها، ونوع هذا التحديث.

أ- القوالب الفنية التي ظهرت بها القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

تعددت القوالب الفنية التي ظهرت بها القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، لتشمل كلاً من الخبر والمقال والفتوى ومشاركات الجمهور والكتاب والتقرير والحوار. غير أن نتائج الجدول التالي تظهر أن قالب الخبر قد جاء في مقدمة هذه القوالب بنسبة (45.4%)، يليه قالب المقال بنسبة (20.2%)، ثم قالب الفتوى بنسبة (11.5%). وكما يلي:

جدول رقم (6)

القوالب الفنية التي ظهرت بها القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / القالب الفني	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	45	83.3	-	-	-	-	54	67.5	99	45.4
مقال	2	3.7	18	69.2	24	41.4	-	-	44	20.2
فتوى	1	1.9	-	-	24	41.4	-	-	25	11.5
مشاركات الجمهور	1	1.9	1	3.8	-	-	22	27.5	24	11
كتاب	-	-	4	15.4	10	17.2	-	-	14	6.4
تقرير	5	9.2	-	-	-	-	4	5.0	9	4.1
حوار	-	-	3	11.5	-	-	-	-	3	1.4
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

ويتضح من نتائج الجدول السابق، لجوء هذه المواقع إلى قالب "الخبر" باعتباره شكلاً حظي بالاهتمام الكبير فيها لمعالجة القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها بنسبة (45.4%). ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن اثنين من المواقع الإسلامية محل الدراسة؛ هما موقعان إسلاميان إخباريان بالدرجة الأولى، وهما موقعا "المسلم" و "ومفكرة الإسلام"؛ حيث تناول هذان الموقعان معظم قضاياهما الدينية على شكل "خبر" باعتباره شكلاً جذابًا يناسب اهتمامات الجمهور، فضلاً عن أنه يتيح فرصة التواصل والتفاعل من قبل الجمهور، كما أن هذه المواقع تحاول تقديم كل ما يحظى باهتمام الجمهور، وهو ما تسعى إليه كل الوسائل الإعلامية لجذب الانتباه والاستحواذ على جمهورها. وقد خصص كلا الموقعين أبوابًا خاصة بالأخبار؛ فموقع

المسلم خصص بابًا واحدًا لذلك في صفحته الرئيسية بعنوان "أخبار"، يعرض فيه أهم الأخبار المحلية والعربية والإسلامية والعالمية، فيما خصص موقع مفكرة الإسلام ثلاثة أبواب لأخباره: باب بعنوان "محليات" مخصص لعرض المحليات في بعض الدول العربية (السعودية ومصر)، والثاني بعنوان "سوريا الثورة" لعرض كل ما يتعلق بالقضية السورية، فيما خصص بابًا بعنوان "أخبار اليوم"، يعرض كل ما يرد من أخبار خاصة بالأحداث العربية والعالمية وأخبار العالم الإسلامي، فضلاً عن شريط إخباري متحرك تحت مسمى "أهم الأخبار". ويلاحظ أن أخبار هذين الموقعين يغلب عليهما الاهتمام والتركيز على الأحداث في المناطق الساخنة بالعالمين العربي والإسلامي، فضلاً عن الأحداث العالمية لكن بنسبة أقل.

ويأتي بعد ذلك قالب "المقال" بنسبة (20.2%) قالبًا آخر عولجت به القضايا الدينية المعاصرة في هذه المواقع على الرغم من كونه قالبًا تقليديًا وغير جذاب. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (زينب محمد حامد، 2007: 203) من أن "المقال" يأتي في الترتيب الثاني في المواقع الإسلامية شكلاً يُعالَج به المضمون، على الرغم من أنه لا يستفيد من طبيعة الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية.

وجاء قالب "الفتوى" في الترتيب الثالث في تلك المواقع بنسبة (11.5%). وهنا يلاحظ عدم اهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بوجود خدمة للفتاوى فيها مع أهميتها للجمهور إلا في موقعين؛ هما موقعا "طريق الإسلام" و "المسلم"؛ حيث ظهرت هذه الخدمة شكلاً قُدمت من خلاله بعض القضايا الدينية المعاصرة في موقع طريق الإسلام بنسبة (41.4%)، يليه موقع المسلم بنسبة (1.9%) فقط.

في الترتيب الخامس، حلت "مشاركات الجمهور" قالبًا آخر قُدمت من خلاله هذه القضايا في المواقع الإسلامية بنسبة (11%). وكانت هذه المشاركات تعليقات أبداها الجمهور نحو بعض القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها المواقع محل الدراسة. وأكثر موقع ظهرت فيه تعليقات الجمهور هو موقع مفكرة الإسلام بنسبة (27.5%). ولم تظهر أي مشاركات أو تعليقات في موقع طريق الإسلام. وربما يعود السبب في ذلك إلى أن

موقع طريق الإسلام لم يتح لمستخدميه خدمة التعليقات إلا بعد التسجيل في الموقع، عكس المواقع الأخرى التي أتاحت هذه الخدمة لجمهورها دون الحاجة إلى التسجيل فيها.

وقد اختلفت هذه الدراسة مع دراسة (محمد يونس، 2002: 145) التي أظهرت أن المقال هو أكثر القوالب الفنية استخدامًا في المواقع الإسلامية؛ حيث إن هذا القالب يبدو مألوفًا أكثر للمستخدم غير الإعلامي مقارنةً بالأشكال المقروءة المستخدمة في المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، يليه قالب الفتوى في الترتيب الثاني، ثم الخبر في المرتبة الثالثة.

ب- المستوى اللغوي المستخدم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

توضح بيانات الجدول التالي أن المواقع الإسلامية محل الدراسة قد اعتمدت على اللغة العربية الفصحى في تناولها القضايا الدينية المعاصرة بنسبة مرتفعة بلغت (94.5%). وكما يلي:

جدول رقم (7)

المستوى اللغوي المستخدم في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / المستوى اللغوي	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عربية فصحى	53	98.2	25	96.2	58	100	70	87.5	206	94.5
عامية المثقفين	-	-	1	3.8	-	-	10	12.5	11	5.0
أكثر من مستوى	1	1.8	-	-	-	-	-	-	1	0.5
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

ويمكن تفسير هذه النتيجة؛ وهو اهتمام المواقع الإسلامية الافتراضية باللغة العربية الفصحى بشكل يفوق المستويات اللغوية الأخرى، بأن هذه المواقع تستهدف المسلمين في جميع أنحاء العالم بشكل عام، والناطقين باللغة العربية بشكل خاص، مما يقتضي على هذه المواقع ضرورة استخدام اللغة العربية الفصحى (لغة القرآن الكريم)، ومن جانب آخر، الاختلاف الكبير في لهجات بعض الشعوب الناطقة باللغة

العربية، وبالتالي استُخدمت اللغة العربية الفصحى ليسهل فهمها من قبل جمهور هذه المواقع بكل يسر.

ت- حجم الخط المستخدم في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (8)

حجم الخط المستخدم في المواقع الإسلامية

محل الدراسة

اسم الموقع / حجم الخط	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
متوسط	-	-	5	19.2	49	84.5	57	71.3	111	50.9
كبير	54	100	8	30.8	9	15.5	1	1.2	72	33
صغير	-	-	13	50.0	-	-	22	27.5	35	16.1
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

يتضح من بيانات الجدول السابق أن حجم الخط المستخدم في المواقع الإسلامية محل الدراسة هو الحجم المتوسط؛ حيث ظهر بنسبة (50.9%)، يليه حجم الخط الكبير بنسبة (33%). وتؤكد هذه النتيجة اهتمام المواقع الإسلامية الافتراضية محل الدراسة بتوصيل مضمونها بخط كبير وبشكل واضح ودون إجهاد لمستخدميها.

ث- مدى استعانة المواقع الإسلامية محل الدراسة بالصور المرافقة لعرض القضايا الدينية المعاصرة:

تبين نتائج الجدول التالي عدم وجود صور مصاحبة للقضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها هذه المواقع بنسبة (47.3%). بل إن موقع طريق الإسلام لم يهتم إطلاقًا بوضع أي صورة شخصية كانت أو موضوعية مصاحِبة للقضايا الدينية المعاصرة التي تناولها طوال مدة التحليل في صفحاته الداخلية. وهذا يشير إلى عدم اهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بإمكانيات الإنترنت كوسيلة اتصال تجمع بين الصورة ووسائل التعبير الأخرى.

جدول رقم (9)

استعانة المواقع الإسلامية محل الدراسة بالصور المرافقة

لعرض القضايا الدينية المعاصرة

اسم الموقع / الصور	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لا توجد صور	3	5.5	20	77.0	58	100	22	27.5	103	47.3
صورة موضوعية	42	77.8	6	23.0	-	-	45	56.2	93	42.7
صورة شخصية	9	16.7	-	-	-	-	13	16.3	22	10.0
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

إن الصورة بوصفها عنصرًا من عناصر الإبراز، لم يَحْظَ بالاهتمام الكافي في المواقع الإسلامية محل الدراسة عند معالجتها القضايا الدينية المعاصرة؛ وربما يرجع سبب ذلك إلى عدم إدراك مسئولي هذه المواقع بأهمية الصورة في توصيل مضامينها إلى

الجمهور، فالإنترنت كوسيلة اتصال تجمع بين كافة مستويات التعبير المتاحة في وسائل الإعلام التقليدية وتشمل التعبير بالنص والصوت والصورة.

ج- مدى استعانة المواقع الإسلامية محل الدراسة بالرسوم التوضيحية والجرافيك المرافقة لعرض القضايا الدينية المعاصرة:

جدول رقم (10)

استعانة المواقع الإسلامية محل الدراسة بالرسوم التوضيحية والجرافيك المرافقة لعرض القضايا الدينية المعاصرة

اسم الموقع / رسوم وجرافيك	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لا يوجد	53	98.1	22	84.6	58	100	76	95.0	209	95.9
جرافيك	1	1.9	4	15.4	-	-	4	5.0	9	4.1
رسوم توضيحية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم اهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بشرح قضاياها لجمهور المستخدمين وعرضها لهم من خلال الاستعانة بالرسوم التوضيحية أو الجرافيك؛ حيث تبين عدم وجود رسوم توضيحية أو جرافيك في هذه المواقع بنسبة وصلت إلى (95.9%)، فيما انعدمت فيها الرسوم التوضيحية تمامًا.

ولعلنا نستخلص من المؤشرين السابقين (مدى وجود صور أو رسوم توضيحية وجرافيك) أن المواقع الإسلامية التي تصدت لمعالجة القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها طوال مدة التحليل؛ لم يصاحبها توظيف فاعل لعناصر الإبراز التي يمكن أن تساعد بدورها على جذب انتباه المستخدم؛ حيث تبين أن نسبة كبيرة من هذه

المعالجات لم يصاحبها صور شخصية أو موضوعية، كما أن النسبة العظمى من هذه القضايا لم يرافقها رسوم توضيحية أو جرافيك، وهو ما يعد قصورًا واضحًا في عمل المواقع الإسلامية محل الدراسة.

ح- شكل عرض القضايا الدينية المعاصرة في الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية محل الدراسة:

تشير نتيجة الجدول التالي إلى أن اهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بعرض القضايا الدينية المعاصرة في صفحتها الرئيسية، قد ظهر بأسلوب متوازن نسبيًّا بين عرضها في شكل عنوان رئيسي فقط، أو عنوان رئيسي مع مقدمة وصورة تتعلق بهذه القضايا. وكما يلي:

جدول رقم (11)

شكل عرض القضايا الدينية المعاصرة في الصفحة الرئيسية

للمواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / شكل عرض القضية	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عنوان رئيسي فقط	53	53.5	-	-	58	95.0	2	4.3	113	51.8
عنوان رئيسي + مقدمة + صورة	45	45.5	-	-	1	1.7	56	96.6	102	46.8
عنوان رئيسي + مقدمة	1	1.0	-	-	2	3.3	-	-	3	1.4
المجموع (*)	99	100	-	-	61	100	58	100	218	100

تبين نتائج الجدول السابق أن اعتماد المواقع الإسلامية محل الدراسة في عرض قضاياها الدينية المعاصرة في صفحتها الرئيسية Home Page من خلال "عنوان رئيسي فقط"، قد تصدَّر أشكال عرض هذه القضايا بأعلى نسبة؛ هي (51.8%)، فيما تلاه بفارق بسيط "عنوان رئيسي مع مقدمة مع صورة" في الترتيب الثاني بنسبة (46.8%).

ويعزى سبب ذلك، إلى أن هذه المواقع تهتم إلى حدٍّ ما بالجمهور الذي يدخل إليها أول مرة، وتحاول أن تجتذبه للدخول إليها مرة أخرى عن طريق المقدمات للقضايا التي تتناولها دون الحاجة إلى دخوله في صفحاتها الداخلية.

(*) يرجع اختلاف المجموع الكلي لتكرارات شكل عرض القضايا الدينية في موقعي المسلم وطريق الإسلام، إلى أن الموقعين عرضا هذه القضايا في صفحتيهما الرئيسيتين باستخدام الأشكال الثلاثة للقضايا نفسها؛ مرة عبر العناوين الرئيسية لهذه القضايا، ومرة عبر عنوان رئيسي مع مقدمة، ومرة ثالثة من خلال عناوينها الرئيسية مع مقدمة مع صورة مرافقة لها.

خ- مدى توظيف الوسائط المتعددة في عرض القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (12)

توظيف الوسائط المتعددة في عرض القضايا الدينية المعاصرة

في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / الوسائط	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نص + صورة	51	94.4	6	23.1	-	-	53	66.2	110	50.5
نص فقط	3	5.6	20	76.9	58	100	22	27.5	103	47.2
نص + فيديو	-	-	-	-	-	-	5	6.3	5	2.3
نص + صوت	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

يتبين من نتائج الجدول السابق أن المواقع الإسلامية محل الدراسة لم تستفد من إمكانيات الإنترنت فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في عرض قضاياها للجمهور؛ حيث اعتمدت تلك المواقع في تقديم محتواها على شكل "نص مكتوب مع صورة" بنسبة (50.5%)، وفي المرتبة الثانية "نص مكتوب فقط" بنسبة (47.2%)، ولم توظف وسائط "مقاطع الفيديو لوحدها أو مع النصوص" إلا بنسبة ضئيلة بلغت (2.3%) فقط، فيما انعدمت أي "وسائط صوت" فيها.

وتشير هذه النتيجة إلى أن المواقع الإسلامية محل الدراسة لم تطور إمكاناتها الإلكترونية في ظل التطور الإعلامي التكنولوجي الذي شهدته المواقع الإلكترونية الأخرى، وبقيت تستخدم النصوص المستخدمة في الصحف الورقية مع بعض الصور دون الاستفادة من تقنيات المجال الإلكتروني، فنلاحظ أنها افتقرت إلى استخدام وسائط الفيديو أو الصوت مع موضوعاتها وقضاياها الدينية. وهذا قصور واضح في المواقع الإسلامية محل الدراسة.

د- مدى سهولة الوصول إلى مضمون القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (13)

مدى سهولة الوصول إلى مضمون القضايا الدينية المعاصرة

في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / طريقة الوصول	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
برابط واحد	54	100	-	-	58	100	80	100	192	88.0
بأكثر من رابط	-	-	26	100	-	-	-	-	26	12.0
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن المواقع الإسلامية محل الدراسة –ما عدا موقع دليل الشيعة- قد اعتمدت في طريقة الوصول إلى مضمون قضاياها "برابط واحد" بنسبة بلغت (88.0%). وهذا يعني أن المواقع الإسلامية محل الدراسة قد اهتمت

بوصول مستخدميها إلى مضمون قضاياها وموضوعاتها بسهولة ويسر باعتمادها على طريقة الوصلة الواحدة أو الرابط الواحد.

ويعزى سبب استخدام موقع دليل الشيعة أكثر من رابط بنسبة (100%) للوصول إلى القضايا الدينية التي تناولها، هو أن موضوعاته وقضاياه عبارة عن روابط لمواقع إلكترونية أخرى تفتح على مرحلتين: الأولى عند الضغط على باب معين يشتمل على مجموعة من القضايا والموضوعات بوّبها ورتّبها هذا الموقع بشكل منظم، يتم الانتقال إلى أسماء هذه القضايا والموضوعات. والمرحلة الثانية هو عند الضغط على قضية معينة سيفتح رابط هذه القضية يقود إلى الموقع الإلكتروني الذي تناولها، مما يفسر لنا سبب استخدام موقع دليل الشيعة أكثر من رابط للوصول إلى قضاياه الدينية.

ذ- مدى وجود تحديث لمضمون القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (14)

مدى وجود تحديث لمضمون القضايا الدينية المعاصرة

في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / التحديث	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
على مدار الساعة	46	85.1	-	-	29	50.0	54	67.5	129	59.1
تحديث يومي	6	11.1	-	-	29	50.0	22	27.5	57	26.1
لا يوجد تحديث	1	1.9	26	100	-	-	4	5.0	31	14.2
تحديث أسبوعي	1	1.9	-	-	-	-	-	-	1	0.5
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

توضح نتائج الجدول السابق أن المواقع الإسلامية محل الدراسة تُحدِّث مضـمون قضـاياها عـلى "مدار الساعة" بنسبة (59.1%)، على الرغم من وجود قضايا دينية معاصرة داخل المواقع الإسـلامية لم تُحدَّث طوال مدة التحليل ونسبتها (14.2%).

وتشير هذه النتيجة إلى مدى اهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بتحديث مضمون قضاياها "على مدار الساعة". ويرجع سبب ذلك إلى أن اثنين من هذه المواقع -هما موقعا "المسـلم" ومفكـرة الإسلام"- موقعان خبريان بالدرجة الأساس؛ ما يحتم عليهما تحديث مضمونها على مدار السـاعة بما يواكب التطورات والأحداث السريعة.

ر- نوع التحديث في القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (15)

نوع التحديث في القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / نوع التحديث	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
في العناوين	53	100	-	-	37	63 8	74	97.4	164	87 7
في العناوين والروابط المصاحبة	-	-	-	-	21	36.2	2	2.6	23	12.3
المجموع	53	100	-	-	58	100	76	100	187	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن التحـديث في مضـمون القضـايا الدينيـة المعـاصرة في المواقـع الإسلامية محل الدراسة، اقتصر على مواقع "المسلم" و"طريق الإسلام" و "مفكرة الإسلام"؛ حيث ظهر التحديث في العناوين أولاً بنسبة (87.7%)، فـيما جـاء التحـديث في العنـاوين والـروابط المصـاحبة بنسبة (12.3%).

وتوضح هذه النتيجة مدى اهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بتحديث عناوين قضاياها اهتمامًا كبيرًا؛ وذلك ليتمكن المستخدم من مواكبة المستجدات المتعلقة بالقضايا المطروحة، فتضمن هذه المواقع عودته لزيارتها مرة أخرى، خصوصًا في القضايا التي تهمه أو التي تثير اهتمامه.

ز- مدى وجود قائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (16)

مدى وجود قائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / مدى وجود قائمين بالمعالجة	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لا يوجد قائمون بالمعالجة	45	83.3	4	15.4	21	36.2	56	70.0	126	57.8
يوجد قائمون بالمعالجة	9	16.7	22	84.6	37	63.8	24	30.0	92	42.2
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

تبيّن نتائج الجدول السابق عدم وجود قائمين بمعالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية الأربعة بنسبة وصلت إلى (57.8%).

وتعزى هذه النتيجة إلى أن شكل "الخبر" الذي تصدّر الأشكال الاتصالية التي وظّفتها المواقع الإسلامية محل الدراسة - وتحديدًا (موقعا المسلم ومفكرة الإسلام)- في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها أثناء فترة التحليل؛ لم يظهر فيها القائم بالمعالجة بتاتًا؛ ما خفض نسبة القائمين على المعالجة في المواقع الإسلامية

عامةً، إلا أنه عند ملاحظة مدى وجود القائمين على المعالجات في الموقعين الآخرين (موقعي دليل الشيعة وطريق الإسلام)، فسنجد ارتفاعه بنسبة كبيرة؛ حيث بلغت في الموقع الأول نسبة (84.6%)، وفي الموقع الثاني نسبة (63.8%).

س- نوع القائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (17)

نوع القائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة

في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / النوع	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر	9	100	21	95.5	36	97.3	21	87.5	87	94.6
أنثى	-	-	1	4.5	1	2.7	3	12.5	5	5.4
المجموع	9	100	22	100	37	100	24	100	92	100

أظهرت نتائج الجدول السابق أن القائمين على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة من حيث النوع، كانوا (94.6%) من فئة "الذكور"، و(5.4%) من فئة "الإناث". وتؤكد نتائج الجدول السابق اعتماد المواقع الإسلامية محل الدراسة على فئة (الذكور) اعتمادًا كليًا تقريبًا في معالجة قضاياها الدينية المعاصرة. ويتضح ذلك من نسبة (الإناث) اللاتي شاركن في المعالجة؛ حيث لم تتجاوز نسبتهن أكثر من (5.4%) في جميع المواقع التي خضعت للتحليل. وربما يرجع السبب في ذلك إلى رغبة الإناث وميلهن إلى الكتابة والعمل في المواقع الإسلامية

النسائية على وجه التحديد؛ لأن هذه المواقع توفر لهن مساحة كبيرة في طرح ومناقشة الموضـوعات والقضايا التي تهم النساء مباشرةً.

ش- وظيفة الشخصيات القائمة على معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة:

جدول رقم (18)

وظيفة الشخصيات القائمة على معالجة لقضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / الوظيفة	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كاتب ومفكر	7	77.8	6	27.3	19	51.4	-	-	32	34.8
شخصـيات غـير محددة	-	-	4	18.2	-	-	20	83.3	24	26.0
عالم دين	1	11.1	8	36.4	9	24.3	-	-	18	19.6
أستاذ جامعي	-	-	3	13.6	4	10.8	-	-	7	7.6
مرجعية دينية	-	-	1	4.5	5	13.5	-	-	6	6.5
أخرى	1	11.1	-	-	-	-	4	16.7	5	5.4
المجموع	9	100	22	100	37	100	24	100	92	100

يظهر من نتائج الجدول السابق أن أهم الشخصيات التي عالجت القضـايا الدينيـة المعـاصرة في المواقع الإسلامية محل لدراسة، كانت وظيفتها في الموقع "كاتب ومفكر"؛ حيث ظهرت الشخصـيات التي تحمل هذه الوظيفة في الترتيب الأول بنسبة (34.8%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (زينـب محمد حامد، 2007: 243) التي أظهرت أن فئة "الكتاب والمفكرين" هي أهم الفئات التي استعانت بها المواقع الإسلامية التي أخضعتها هذه الدراسة للتحليـل عنـد معالجتها للقضـايا الإسـلامية التـي تناولتها.

فيما يتعلق بأهم الكتاب والمفكرين لذين كانوا الأكثر ظهورًا في المواقع الإسلامية محل الدراسة، برزت أسماء عديدة؛ منها (عامر الهوشان- خالد مصطفى- مهند الخليل) في موقع المسلم، و(نايف محمد- فهمي هويدي) في موقع دليل الشيعة، و(أنور الجندي-أحمد كمال) في موقع طريق الإسلام، فيما لم يستعن موقع مفكرة الإسلام بأي كاتب أو مفكر.

أما أكثر علماء الدين ظهورًا في المواقع محل الدراسة فقد برز (الشيخ عبد الرحمن البراك) في موقع المسلم، وبرز كل من (الشيخ محمد الواعظ – السيد محمد المحقق – السيد حسن الجوهري) في موقع دليل الشيعة، فيما برز في موقع طريق الإسلام كل من (الشيخ محمد صالح المنجد - والشيخ صالح الحصين – والشيخ فهد السنيدي)، فيما لم تظهر أي شخصية دينية في موقع مفكرة الإسلام.

وفيما يتعلق بالمرجعيات الدينية في المواقع محل الدراسة، لم تظهر هذه المرجعيات إلا في موقعين من المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة؛ هما موقعا دليل الشيعة وطريق الإسلام؛ فقد برز في موقع دليل الشيعة (السيد الشيرازي) مرجعيةً دينيةً استعان بها الموقع في معالجته بعض قضاياه الدينية التي تناولها أثناء فترة التحليل، فيما برز في موقع طريق الإسلام كل من (الشيخ بن جبرين – والشيخ بن باز) كمرجعيات دينية اعتمد عليها الموقع المذكور عند تناوله بعض القضايا الدينية المعاصرة في صفحاته.

ويمكن تفسير ذلك بالقول؛ أن لكل موقع من المواقع الإسلامية محل الدراسة كتابه ومفكريه وعلمائه ومرجعياته الدينية التي يعتمد عليها لتوصيل موضوعاته وأفكاره وقضاياه، وفقًا لاتجاهه وانتمائه الديني.

2. النتائج الخاصة بتحليل مضمون القضايا الدينية المعاصرة في المواقع محل الدراسة:

يمكن استعراض نتائج تحليل مضمون القضايا الدينية المعـاصرة في المواقـع محـل الدراسـة وفقًـا للإجابة على التساؤلات التالية:

أ- التساؤل الأول: ما نوع القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية الافتراضية محل الدراسة؟

جدول رقم (19)

نوع القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / نوع القضية	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	239	77.3	2	5.8	24	23.3	294	72.2	559	65.8
دينية	54	17.5	26	76.4	58	56.3	80	19.8	218	25.6
اجتماعية	4	1.3	4	11.7	10	9.7	10	2.4	28	3.3
اقتصادية	4	1.3	1	2.9	1	1.0	10	2.4	16	1.9
تكنولوجيا	3	1.0	-	-	3	2.9	5	1.2	11	1.3
صحية	5	1.6	-	-	1	1.0	4	1.0	10	1.2
تاريخية	-	-	1	2.9	6	5.8	1	0.2	8	0.9
المجموع	309	100	34	100	103	100	404	100	850	100

تنوعت القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية محل الدراسة أثناء فترة التحليـل؛ فمنهـا مـا جـاء سياسيًا، ومنها ما جاء اقتصاديًا، أو اجتماعيًا، أو دينيًا أو غير ذلك.

وبصفة عامة توزعت هذه القضايا على سبعة مجالات كما هو موضح في الجدول أعلاه؛ إلا إن بيانات الجدول السابق تشير إلى أن القضايا السياسية تتصدر أنواع القضايا؛ حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (65.8%)، تليها القضايا الدينية في الترتيب الثاني بنسبة (25.6%).

ويتضح مما سبق تصدُّر القضايا السياسية، خصوصًا العربية منها على وجه التحديد، قائمة أنواع القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية التي خضعت للتحليل خلال فترة الدراسة التحليلية؛ وذلك لأن الطبيعة الإعلامية في إطار الممارسة المهنية، تقتضي بالضرورة تقديم ما يحظى باهتمام الجمهور، وهو ما تسعى إليه كل الوسائل الإعلامية لجذب الانتباه والاستحواذ على الجمهور، وهو ما يمثل الهدف الأساسي والمهم والمعاصر لأي مؤسسة إعلامية.

ويضاف إلى ما سبق، أن طبيعة المرحلة الانتقالية التي تمر بها الدول العربية جعلت المواقع الإسلامية تركز على الأحداث السياسية في المرتبة الأولى، وهي نتيجة طبيعية فرضتها هذه المرحلة التي شهدت توترات وتغيرات وتحولات سياسية متلاحقة فرضت بالضرورة عى وسائل الإعلام عامةً -ومنها المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت- ضرورة إلقاء الضوء على الوضع السياسي بما يتضمنه من أحداث وتطورات متلاحقة. وهذا يعطينا صورة واضحة عن أن اهتمام المواقع الإسلامية لا ينحصر في القضايا والموضوعات الدينية بالدرجة الأولى، بل هو اهتمام شامل يضم -بجانب القضايا والموضوعات الدينية- عددًا من القضايا والموضوعات المختلفة، وأولويته سياسية بالدرجة الأولى؛ فهذه المواقع تواكب الأحداث والتغيرات التي طالت المنطقة العربية في المرحلة الراهنة، بل وتتعداها لتشمل موضوعات وقضايا متعددة في دول مختلفة من العالم.

ب- التساؤل الثاني: ما أبرز القضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها المواقع الإسلامية محل الدراسة؟

جدول رقم (20)

أبرز القضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها المواقع الإسلامية محل الدراسة

اسم الموقع / القضايا الدينية المعاصرة	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اضطهاد الأقليات المسلمة	31	57.4	-	-	2	3.4	38	47.5	71	32.3
تشويه الغرب صورة الإسلام	7	12.9	4	15.4	7	12.0	18	22.5	36	16.5
الغزو الثقافي الغربي للمسلمين	3	5.5	8	30.8	16	27.6	7	8.7	34	15.6
الاعتماد على الحسابات الفلكية في إثبات الأهلة	-	-	-	-	21	36.2	-	-	21	9.6
تهويد القدس	8	14.8	-	-	2	3.4	7	8.7	17	7.8
الدعوة إلى الإسلام	4	7.4	-	-	-	-	3	3.7	7	3.2
تجديد الخطاب الديني	-	-	3	11.5	1	1.7	-	-	4	1.8
اختلاف البلدان في رؤية الهلال	-	-	1	3.8	2	3.4	-	-	3	1.4
الاعتماد على المراصد الفلكية في إثبت رؤية الهلال	-	-	2	7.7	1	1.7	-	-	3	1.4
الحجاب والنقاب	-	-	1	3.8	1	1.7	-	-	2	0.9
الإسلام والديمقراطية	-	-	2	7.7	-	-	-	-	2	0.9
الحفاظ على الهوية الدينية في البلدان العربية	-	-	-	-	1	1.7	1	1.2	2	0.9
أخرى	1	1.8	5	19.2	4	6.9	6	75	16	7.3
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

تعددت القضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها المواقع الإسلامية محل الدراسة أثناء فترة التحليل، بين قضايا فقهية ودعوية، إلى قضايا خاصة بالأقليات المسلمة وأخرى تتعلق بتشويه الغرب صورة لإسلام والمسلمين، إلى غير ذلك من القضايا. وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن قضية "اضطهاد الأقليات المسلمة" تصدَّرت القضايا الدينية

المعاصرة التي عالجتها المواقع الإسلامية محل الدراسة بنسبة (32.2%)، تليها في الترتيب الثاني قضية "تشويه الغرب صورة الإسلام" بنسبة (16.5%)، وفي الترتيب الثالث قضية "الغزو الثقافي الغربي للمسلمين" بنسبة (15.6%).

وسيتم التركيز على أول ثلاث قضايا دينية من بين القضايا المذكورة في الجدول السابق؛ لكونها الأبرز أثناء فترة التحليل، وهي:

1. قضية اضطهاد الأقليات المسلمة.
2. قضية تشويه الغرب صورة الإسلام.
3. قضية الغزو الثقافي الغربي للمسلمين.

فيما يتعلق باهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بمعالجة هذه القضايا، تشير نتائج الجدول السابق إلى اختلاف ترتيب هذه القضايا في كل موقع من المواقع الأربعة محل الدراسة وفقًا لتوجهات الموقع وانتماءاته الدينية كالآتي:

بالنسبة إلى قضية (اضطهاد الأقليات المسلمة)، يحتل موقع "المسلم" الترتيب الأول من حيث اهتمامه بمعالجة هذه القضية بنسبة (57.4%)، يليه في الترتيب الثاني موقع "مفكرة الإسلام" بنسبة (47.5%)، ثم موقع "طريق الإسلام" في الترتيب الثالث بنسبة (3.4%) فقط. ولم تظهر هذه القضية في موقع "دليل الشيعة" طوال مدة التحليل (شهر كامل).

أما قضية (تشويه الغرب صورة الإسلام) فقد جاء اهتمام موقع "مفكرة الإسلام" بمعالجتها في الترتيب الأول بنسبة (22.5%)، يليه موقع "دليل الشيعة" في الترتيب الثاني بنسبة (15.4%)، ثم موقع "المسلم" ثالثًا بنسبة (12.9%). وفي الترتيب الأخير حل موقع "طريق الإسلام" بنسبة (12.0%).

وفيما يتعلق باهتمام المواقع الإسلامية محل الدراسة بقضية (الغزو الثقافي الغربي للمسلمين) فقد جاء هو الآخر متفاوتًا أيضًا؛ حيث حل موقع "دليل الشيعة" في الترتيب الأول من حيث اهتمامه بمعالجة هذه القضية بنسبة (30.8%)، يليه بفارق بسيط موقع "طريق الإسلام" في الترتيب الثاني بنسبة (27.6%)، ثم موقع "مفكرة الإسلام" في الترتيب الثالث بنسبة (8.7%)، فيما حل موقع "المسلم" في الترتيب الأخير من حيث اهتمامه بمعالجة هذه القضية بنسبة (5.5%) فقط.

وبالتحليل الكيفي لكل قضية من القضايا الثلاث التي ظهرت في المواقع الإسلامية محل الدراسة، يمكن الإشارة إلى ما يلي:

فيما يتعلق بقضية (اضطهاد الأقليات المسلمة)، يمكن القول إنه بعد تحليل الباحث مضمون المواقع الإسلامية محل الدراسة ومعالجتها هذه القضية خلال مدة التحليل، تبين أنها قد ظهرت في دول مختلفة من العالم، توزعت في قارة أوروبا (بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، النرويج، الدنمارك، بولندا، النمسا، روسيا)، وفي قارة إفريقيا (إفريقيا الوسطى، نيجيريا، كينيا)، فضلاً عن دول عديدة في قارة آسيا (ميانمار أو ما تعرف باسم (بورما)، الصين، بنجلادش، سريلانكا، الهند، كمبوديا). أما عن شكل الاضطهاد للأقليات المسلمة في هذه الدول فقد اختلف بين دولة وأخرى؛ حيث أخذ في بعض دول العالم شكل (القتل الفردي أو الجماعي أو التهجير أو حرق البيوت والممتلكات)، كما حدث ولا يزال يحدث في جمهوريتي إفريقيا الوسطى وبورما، أو يحدث بين الحين والآخر في كل من الصين وسريلانكا والهند على شكل إعدامات بحق مسلمين بتهم إرهابية، فضلاً عن الاعتقالات الحكومية والمحاكمات الصورية، أو أخذ شكل (اغتصاب المسلمات) كما حدث في كمبوديا، أو (محاولات تغيير الهوية الإسلامية للمسلمين) في بعض مناطق روسيا، أو في شكل (هجمات كراهية ضد المسلمين) كما حدث في بريطانيا في جريمة مقتل الطالبة السعودية ناهد

المانع، عندما قُتلت على يد شاب بريطاني بسبب زيها الإسلامي(*)، فيما أخذ اضطهاد المسلمين في فرنسا شكل (التمييز العنصري)، كما حدث عندما تم فصل موظفة مسلمة من وظيفتها بسبب الحجاب. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد عبد الغني محمود (2012: 119)، التي أكدت أن الأقليات المسلمة في الخارج هي أكثر الأقليات تعرضًا للمشكلات والاضطهاد والظلم؛ فمنذ أحداث 11 سبتمبر 2001، تعرض المسلمون في الغرب لحملات من التعبئة الجماعية المشحونة بالكراهية والتخويف والتشويه والازدراء والاحتقار. وهذا يتفق مع دراسة سارة سعيد المغربي (2011: 229) التي أشارت إلى تعرض الأقيات المسلمة في أوروبا إلى تمييز عنصري من بعض الأفراد، فضلاً عن تحيز بعض الصحف الأوروبية ضد هذه الأقليات. وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع ما ذهبت إليه دراسة سيد يونس (1995) التي ركزت على التحديات والمشكلات التي تواجه الأقليات المسلمة في بعض دول العالم؛ فالأقليات المسلمة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وكندا تعرضت للإساءة خصوصًا من قبل اليهود الذين استغلوا سيطرتهم على وسائل الإعلام في هذه الدول، فضلاً عن نفوذهم الاقتصادي الذي يتمتعون به، كما أن الأقليات المسلمة في آسيا وإفريقيا عانت من مشكلات فيما يتعلق بممارسة العبادات، ومشكلات أخرى ثقافية واجتماعية وتعليمية، فضلاً عن حركات التنصير التي نشطت بين هذه الأقليات، مستغلة الأوضاع الاقتصادية المتردية لها.

وفيما يتعلق بقضية (تشويه الغرب صورة الإسلام)، فقد تبين أن أكثر الصور التي ارتبطت بعملية تشويه الغرب صورة الإسلام هي "أسلمة الإرهاب"؛ أي ربط الإسلام بالإرهاب. وقد تكرر ذلك مرات عديدة وعلى لسان رؤساء دول وحكومات ومسئولين كبار، كما جاء على لسان الرئيس التشيكي (ميلوش زيمان) عندما صرح من مقر السفارة الصهيونية في العاصمة "براج" في 26 مايو 2014 بالقول (إن

(*) ناهد المانع (31 عامًا) طالبة سعودية مبتعثة، كانت تدرس الدكتوراه في جامعة إسكس في مدينة كولشستر في بريطانيا، قُتلت صباح يوم 17 يونيو 2014 عندما كانت متجهة إلى جامعتها؛ إذ تلقت 16 طعنة في جسدها بسبب زيها الإسلامي.

الأيديولوجية الإسلامية - وليست جماعات فردية تنتمي إلى أصوليين دينيين - هـي التـي تقـف وراء أعمال عنيفة مشابهة للاعتداء بالأسلحة النارية، الـذي تعرض لـه المتحف اليهـودي في بروكسـل)، مضيفًا في تصريحات سابقة له أن (عدونا يمتد من شمال إفريقيا إلى إندونيسيا؛ حيث يعـيش مليـارا شخص)، وكذلك تصريحات سكرتير حلف شمال الأطلسي (ولي كلاس) التي بيَّن فيها أن (الإسلام حـل محل الشيوعية عدوًّا للغرب، وأصبح هو "العدو الأخضر"، بعد أن غاب عن الوجود "العدو الأحمر"؛ أي الشيوعية). وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة سيد حسين نـاصر Sayyed Hossein Naser (2007) التي أشارت إلى أن مفهوم العنف قد ارتبط بالإسلام، على الرغم من ارتكاب الأفعال الإرهابية في كثير من دول العالم.

وكذلك من الصور الأخرى التي ارتبطت بعمليات تشويه صـورة الإسـلام، الحـديث السـلبي عـن الإسلام في بعض وسائل الإعلام الأوروبية والأمريكية والروسية، من خلال نشر مفاهيم مغلوطـة عـن الإسلام بهدف تشويهه، وكذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وأيضًا أخـذ التشـويه الغـربي للإسـلام مظهرًا آخر تمثل في إثارة الشبهات حول تحريف القرآن الكريم والسنة النبويـة، ومـن خـلال إظهـار المرأة المسلمة بأنها مضطهدة ومظلومة في ظل الإسلام، بل ومسلوبة الحرية، كـما تـم ربـط الإسـلام بالتخلف الحضاري من خلال إشاعة الغرب فكرة تقدمهم بعيدًا عن الدين وتأخر المسـلمين بسـبب الإسلام.

أمـا قضـية (الغـزو الثقـافي الغـربي للمسـلمين)، فهـي الأخـرى قـد أخـذت أشـكالاً عديـدة؛ أخطرها ظاهرتا "الاسـتشراق والتغريـب". والاسـتشراق يعنـي عـرض الـتراث الإسـلامي مـن قبـل المسـتشرقين الأجانـب بعـد تقبيحـه وتشـويهه. أمـا التغريـب فهـو عـرض الفكـر الغـربي للعـرب والمسلمين بعد تجميله وتحسينه. وكذلك مـن أشـكال هـذا الغـزو "هيمنـة الأزيـاء الغربيـة عـلى الأسواق العربية"، ونشر فكرة "الموضة العالمية" في المجتمعات الإسلامية، والتقليد الأعمى للشباب والشابات لهذه الموضة؛ حيث يؤدي اتباع "الموضة" إلى ارتداء الأزيـاء الفاضـحة التـي تخـالف مـا أوجبه الدين على المرأة من ستر وحشـمة، ومنهـا أيضًـا نشر عـروض الأزيـاء ومسـابقات الجـمال في الدول الإسـلامية، و"العمـل عـلى تحريـر المـرأة المسـلمة وضـمان تبعيتهـا الثقافيـة والفكريـة

للغـرب"، ومنهـا أيضًـا بعـض "المسلسـلات والأفـلام والـبرامج حتـى الكارتونيـة التـي تحمـل قـيمًا ومعتقدات مخالفة للإسلام، وفيها إساءة للعقيدة الإسلامية"؛ حيث تقدم هـذه الأفـلام والمسلسـلات والبرامج الممثل أو الممثلة والمغنـي أو المغنيـة أو اللاعـب الغـربي غـير المسـلم، عـلى أنـه القـدوة في المجتمع وينبغي للشباب الاقتداء به، ومن ثم ضرب عقيـدة الـولاء والـبراء، ومعهـا تضرب العقيـدة الإسلامية لدى الشباب المسلم في الصميم. وهـذا يتفـق مـع مـا أشـارت إليـه دراسـة إيـاد حكمـت العبيدي (2010) من أن الأمة العربية والإسلامية تتعرض لغـزو فكـري وثقـافي وقيمـي غـربي مـنظم ومخطط له، هدفه الأسـمى تغريـب الشـباب العـربي والمسـلم عـن قـيمهم وعـاداتهم وتقاليـدهم، والتبني الكامل للقيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافية للمدنية الغربية.

ت- التساؤل الثالث: ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية في عرضها القضايا الدينية المعاصرة؟

جدول رقم (21)

مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية في عرضها القضايا الدينية المعاصرة

اسم الموقع / المصدر	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
موقع إلكتروني	5	9.3	25	96.2	36	62	4	5	70	32.1
وكالة أنباء	29	53.7	-	-	-	-	14	17.5	43	19.7
محرر في الموقع	13	24.1	-	-	12	20.7	6	7.5	31	14.3
جمهور الموقع	1	1.8	1	3.8	-	-	22	27.5	24	11
بدون مصدر	-	-	-	-	-	-	18	22.5	18	8.3
صحيفة	4	7.4	-	-	-	-	7	8.8	11	5.0
مجلة	-	-	-	-	2	3.5	1	1.2	3	1.3
أخرى	2	3.7	-	-	8	13.8	8	10.0	18	8.3
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

تنوعت مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في عرضها القضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها أثناء فترة التحليل إلى مصادر عديدة؛ فقد بينت نتائج الجدول السابق أن (32.1%) من القضايا الدينية المعاصرة المقدمة في المواقع الإسلامية الأربعة مصدرها "موقع إلكتروني"، فيما كانت نسبة القضايا التي اعتمدت في مصدرها على "وكالة أنباء" قد بلغت (19.7%).

يتضح لنا أن أهم مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في عرضها القضايا الدينية المعاصرة أثناء فترة التحليل؛ هي "مواقع إلكترونية أخرى". ويأتي موقع "دليل الشيعة" على رأس قائمة المواقع الإسلامية التي اهتمت باستخدام "موقع إلكتروني آخر" مصدرَ معلوماتٍ لقضاياها الدينية بنسبة (96.2%)، وأن أكثر المواقع الإلكترونية التي استعانت بها المواقع الإسلامية محل الدراسة مصدرَ معلوماتٍ لقضاياها هو موقع "الشبكة الإسلامية"؛ حيث جاء في طليعة مصادر المعلومات الإلكترونية، يليه موقع "الجامعة الإسلامية لعلوم أهل البيت"، ثم موقع "البلاغ" في الترتيب الثالث.

أيضًا وفي سياق مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في عرضها القضايا الدينية المعاصرة، تبرز "وكالات الأنباء" في الترتيب الثاني؛ حيث ظهرت في موقعين فقط؛ هما موقعا المسلم بنسبة (53.7%)، ومفكرة الإسلام بنسبة (17.5%)، فيما لم يستخدم موقعا دليل الشيعة وطريق الإسلام هذا المصدر بتاتًا. وكانت أهم وكالات الأنباء التي ظهرت في المواقع محل الدراسة هي وكالة "الأناضول" التركية، تليها وكالة "فرانس برس" الفرنسية، ثم وكالة "رويترز" الألمانية.

وبنسبة (11%) جاء "جمهور الموقع" في الترتيب الرابع في المواقع الإسلامية محل الدراسة. وأكثر المواقع التي ظهر فيها هذا المصدر هو موقع مفكرة الإسلام بنسبة (27.5%). في حين لم يظهر هذا المصدر في موقع طريق الإسلام بتاتًا. وهذا يعزز القول السابق إن موقع طريق الإسلام لم يُتِحْ لجمهوره المشاركة أو إبداء الرأي والملاحظة أو التعليق إلا بعد التسجيل في الموقع، عكس المواقع الأخرى التي أتاحت هذه الخدمة لجمهورها دون الحاجة إلى التسجيل فيها.

وقد ظهرت قضايا مصدرها "صحيفة" بنسبة (5%) في الترتيب السادس؛ حيث ظهرت صحف عديدة اعتمدت عليها المواقع محل الدراسة مصادرَ معلوماتٍ لقضاياها، منها صحف عربية مثل "النهار" الجزائرية و"المصريون" المصرية، وصحف أجنبية مثل "الأوبزرفر" البريطانية و"لوفيجارو" الفرنسية و "أفتنبوسطن" النرويجية. وفي الترتيب السابع جاءت "المجلات" بنسبة (1.3%)، ولم تظهر إلا في موقعين؛ هما: طريق الإسلام

ومفكرة الإسلام؛ حيث استخدمت هذه المواقع عددًا من المجلات، منها العربية مثـل مجلـة "البيـان السعودية"، ومنها الأجنبية مثل مجلة "بروفايل" النمساوية. وقد ظهرت مصادر تحت فئة "أخـرى" بنسبة (8.3%)؛ منها إذاعة "BBC" البريطانيـة، و قنـاة "CNN" الأمريكيـة، وصـفحات فـيس بـوك لشخصيات رسمية.

ث- التساؤل الرابع: ما طريقة معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة؟

جدول رقم (22)

طريقة معالجة القضايا الدينية المعاصرة

في المواقع الإسلامية محل الدراسة

طريقة المعالجة / أسم الموقع	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مناقشة القضية	15	25,0	26	96,3	53	60,3	30	35,7	124	47,9
عرض القضية بشكل مجرد	38	63,3	-	-	5	5,7	45	53,6	88	34,0
تقديم حلول للقضيه	7	11,7	1	3,7	30	34,0	9	10,7	47	18,1
المجموع(*)	60	100	27	100	88	100	84	100	259	100

تنوعت الطرق التي عولجت بها القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة لتشمل كلاً من (عرض القضية بشكل مجرد، ومناقشتها، وأخيرًا تقديم حلول لها).

وقد أظهرت نتائج الجدول السابق أن طريقة "مناقشة القضية" قد جاءت في المقدمة بنسبة (47.9%)، تليها في الترتيب الثاني طريقة "عرض القضية بشكل مجرد" بنسبة (34.0%). أما طريقة "تقديم حلول للقضية" فقد جاءت في الترتيب الثالث بنسبة (18.1%).

(*) يرجع اختلاف المجموع الكلي لتكرارات طرق معالجة القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة؛ إلى استخدام المواقع المذكورة أكثر من طريقة لمعالجة قضايا بعينها في وقت واحد.

ويتضح مما سبق، تصدُّر طريقة "مناقشة القضية" قائمة طرق المعالجة للقضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، وهي نتيجة تدل على أن المواقع الإسلامية تعتمد على مناقشة هذه القضايا؛ أي رصدها وتحليلها وتقديم تفسيرات لها ومحاولة تعرُّف أسباب حدوثها، ولا تكتفي بالعرض المجرد لها؛ وذلك لأن الطبيعة الإعلامية في إطار الممارسة المهنية اليوم تقتضي بالضرورة تقديم تحليلات وتفسيرات عن القضايا والأحداث من أجل تقديم مادة إلى الجمهور تحظى باهتمامه وتجذبه إلى ذلك الموقع دون غيره، وهو ما تسعى إليه كل الوسائل الإعلامية لجذب الجمهور، وهو ما يمثل الهدف الرئيسي لأي مؤسسة إعلامية، وهو ما جعل امواقع الإسلامية محل الدراسة تهتم بهذه الخاصية؛ حيث حصلت على أعلى نسبة.

وقد تصدَّر موقع "دليل الشيعة" قائمة المواقع الإسلامية التي عالجت قضاياها بالمناقشة والتحليل بنسبة (96.3%)، يليه موقع "طريق الإسلام" بنسبة (60.3%)، ثم موقع "مفكرة الإسلام" ثالثًا بنسبة (35.7%)، وأخيرًا موقع "المسلم" بنسبة (25.0%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حنان محمد عبد المجيد إبراهيم، 2006) التي أوضحت أن النسبة الكبرى من المعالجات للقضايا المعروضة في المواقع الإسلامية التي أخضعتها للتحليل - وهي (موقع لها أون لاين، وموقع طريق الجنة، وموقع مسلمة)- ركزت على المظاهر والأسباب، ولم تَكْتَفِ بالعرض المجرد لها.

أما "عرض القضية بشكل مجرد"؛ أي رصد القضية فقط دون التطرق إلى تقديم تفسيرات لها أو أسباب حدوثها؛ أي نقلها كما حصلت دون تحليلها أو مناقشتها، فقد حل في الترتيب الثاني بنسبة (34.0%) كطريقة لمعالجة القضايا الدينية في المواقع الإسلامية محل الدراسة، فيما جاءت في الترتيب الثالث طريقة "تقديم حلول للقضية" بنسبة (18.1%)، وأكثر المواقع الإسلامية التي قدمت حلولاً لقضاياها موقع "طريق الإسلام" بنسبة (34.0%)، يليه موقع "المسلم" بنسبة (11.7%)، ثم موقع "مفكرة الإسلام" بنسبة (10.7%)، فيما جاء موقع "دليل الشيعة" رابعًا بنسبة (3.7%).

وبالحديث عن تقديم حلول للقضايا المثارة في المواقع الإسلامية محل الدراسة، يمكن القول إن من الحلول التي قدمتها هذه المواقع للقضايا الدينية المعاصرة مجال التطبيق في الدراسة الميدانية (قضية اضطهاد الأقليات المسلمة، وقضية تشويه الغرب لصورة الإسلام، وقضية الغزو الثقافي الغربي للمسلمين)، كانت كما يلي:

فيما يتعلق بقضية اضطهاد الأقليات المسلمة، فقد طرحت المواقع الإسلامية محل الدراسة عددًا من الحلول لهذه القضية؛ منها ما يأتي:

1. قيام الدول العربية والإسلامية بدعم ومساعدة ومساندة هذه الأقليات سياسيًّا (محاولة الضغط على حكومات الدول التي تقع الأقليات المسلمة تحت رعايتها؛ من أجل إيقاف أي اضطهاد تعانيه هذه الأقليات على أراضيها)، وماديًّا (دعم وتمويل مادي)، وثقافيًّا (إنشاء مدارس إسلامية، والتوسع في فتح مراكز ثقافية وهيئات خيرية تقوم بخدمة هذه الأقليات)، وإعلاميًّا (بالاهتمام بالإعلام الموجه لهذه الأقليات في تلك الدول ودعمه بالأموال والكوادر البشرية، فضلاً عن تسليط الضوء على قضايا هذه الأقليات في وسائل الإعلام العربية والإسلامية).

2. إنشاء كونجرس إسلامي له صلاحيات واسعة يأخذ على عاتقه مهمة مساعدة الأقليات المسلمة الدفاع عنها.

3. أن تتدخل الأمم المتحدة لدى حكومات الدول التي تتعرض فيها الأقليات المسلمة للاضطهاد، مع الضغط عليها لإيقاف أشكال هذا الاضطهاد كافةً.

4. أن تتعايش أفراد الديانات المختلفة سلميًّا لإنهاء عمليات الاضطهاد ضد المسلمين.

وفيما يتعلق بالقضية الثانية -وهي قضية تشويه الغرب صورة الإسلام- فقد عرضت المواقع الإسلامية محل الدراسة مجموعة من الحلول تلخصت فيما يأتي:

1. وضع خطط وقائية وعلاجية من قبل دول العالم الإسلامي لمواجهة التشويه الغربي المتعمد لصورة الإسلام؛ منها عقد مؤتمرات دولية لتصحيح هذه الصورة.

2. إنشاء منظمات إسلامية متنوعة تتواصل مع المنظمات العالمية التي تحمل الفكر المعتدل والتنسيق معها لمواجهة حملات التشويه هذه.

3. دعوة جميع الزعماء والقادة السياسيين في العالم، أيًا كانت توجهاتهم ومعتقداتهم، إلى التكاتف وتعزيز جهود نشر الحوار والتفاهم، ومطالبة المجتمع الدولي باتخاذ إجراءات قوية لتعزيز التعايش والتسامح بين الشعوب.

4. التعاون بين المسلمين أنفسهم أولاً، ونبذ التفرق والتناحر بينهم، ورجوعهم إلى صحيح الدين الإسلامي وإلى مصدر قوتهم (الكتاب والسنة).

أما قضية الغزو الثقافي الغربي للمسلمين، فهي الأخرى قدمت لها المواقع الإسلامية محل الدراسة عددًا من الحلول، يمكن الإشارة إلى بعضها كما يأتي:

1. الدعوة إلى مقاطعة البرامج والمسلسلات والأفلام التي تحمل قيمًا ومعتقدات مخالفة للدين الإسلامي، ونشر الفتاوى التي تدعو إلى هذه المقاطعة وتوضيحها للناس.

2. تشجيع الشباب المسلم على الابتكار والاختراع، وسرعة منحهم براءات الاختراع بدلاً من تجميدها، وتقديم المكافأة المادية والمعنوية على ذلك.

3. مقاومة الغزو الثقافي الغربي للمسمين بالتمسك بالقيم والمبادئ والأخلاق الإسلامية والعربية الأصيلة.

ج- التساؤل الخامس: ما الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة؟

جدول رقم (23)

الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة

أساليب الإقناع / اسم الموقع		المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع		المجموع الكلي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أساليب إقناع منطقية	تصريحات المسئولين	33	26.4	3	5.5	7	5.6	37	28.2	83	18.8	180	40.7
	شهود العيان	6	4.8	–	–	–	–	4	3.0	10	2.3		
	أرقام وإحصائيات	45	36.0	2	3.7	13	10.4	23	17.5	87	19.7		
أساليب إقناع عاطفية	التهويل	3	2.4	8	14.8	4	3.2	6	4.6	21	4.7	173	39.1
	الترهيب	19	15.2	8	14.8	31	24.8	22	16.8	80	18.0		
	التأكيد	16	12.8	7	13.0	14	11.2	35	26.7	72	16.3		
أساليب إقناع دينية	آية قرآنية	2	1.6	12	22.3	21	16.8	2	1.6	37	8.4	89	20.0
	حديث نبوي	1	0.8	4	7.4	20	19.0	2	1.6	27	6.2		
	أقوال الأئمة والفقهاء	-	–	10	18.5	15	12.0	-	-	25	5.6		
المجموع		125	100	54	100	125	100	131	100	442	100	442	100

تعددت أساليب الإقناع التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة أثناء فترة التحليل؛ حيث تنوعت هذه الأساليب بين أساليب إقناع دينية ومنطقية وعاطفية. غير أن نتائج الجدول السابق أشارت إلى أن "أساليب الإقناع المنطقية" قد احتلت الترتيب الأول بين هذه الأساليب بنسبة (40.7%)، تليها في الترتيب الثاني وبفارق بسيط "أساليب الإقناع العاطفية" بنسبة بلغت (39.1%)، وأخيرًا جاءت "أساليب الإقناع الدينية" في الترتيب الثالث بنسبة (20.2%) فقط.

ويتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

1. أساليب الإقناع المنطقية: ويقصد بها الطرق المستخدمة في الإقناع التي تعتمد على مخاطبة العقول بتقديم حجج وبراهين منطقية وأرقام وإحصائيات لإثبات صحة شيء أو عدم صحته. وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن المجموع العام للأساليب المنطقية بلغ (180) تكرارًا، بنسبة (40.7%) من مجموع أساليب الإقناع الكلية في المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة. وتوزعت أساليب الإقناع المنطقية على ثلاثة أساليب؛ هي: تصريحات المسئولين، وشهود العيان، والأرقام والإحصائيات. وحل أسلوب "الأرقام والإحصائيات" في المرتبة الأولى بنسبة (19.7%)، يليه بفارق بسيط أسلوب "تصريحات المسئولين" الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة (18.8%)، فيما حل في الترتيب الأخير أسلوب "شهود العيان" بنسبة (2.3%).

ويتضح مما سبق تصدُّر أسلوب "الأرقام والإحصائيات" أساليب الإقناع المنطقية المتضمنة في القضايا الدينية للمواقع الإسلامية محل الدراسة، وهي نتيجة تدل على التزام هذه المواقع إلى حدٍ ما بمعايير الممارسة المهنية للعمل الإعلامي من جانب، وإلى سعي هذه المواقع إلى اجتذاب الجمهور من خلال إطار منطقي تبلور في تصريحات المسئولين وشهود العيان.

2. أساليب الإقناع العاطفية: ويقصد بها الطرق المستخدمة في الإقناع التي تعتمد على مخاطبة القلوب والعواطف بطريقة تؤثر في المشاعر. وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن المجموع العام للأساليب العاطفية بلغ (173) تكرارًا، بنسبة (39.1%) من مجموع أساليب الإقناع الكلية في المواقع محل الدراسة. وتنوعت أساليب الإقناع العاطفية لتشمل أساليب التهويل والترهيب والتأكيد. وجاء أسلوب "الترهيب" في المرتبة الأولى بنسبة (18%)، يليه في المرتبة الثانية أسلوب "التأكيد" بنسبة (16.3%). وفي الترتيب الأخير جاء أسلوب "التهويل" بنسبة (4.7%).

ويتبين مما سبق أن المواقع الإسلامية محل الدراسة قد عرضت أسلوبين من أساليب الإقناع العاطفية بشكل متوازٍ نسبيًا؛ هما أسلوبا "الترهيب والتأكيد"؛ ما يسجل لهذه المواقع تنوعها في استخدام أساليب الإقناع العاطفية بشكل متوازن إلى حدٍّ ما، فيما ظهر أسلوب "التهويل" بنسبة بسيطة بلغت (4.7%)، وهي نتيجة تدل على سعي هذه المواقع إلى جذب الجمهور بعيدًا عن أسلوب التهويل وتضخيم الأحداث، بما يتفق مع طبيعة العمل الإعلامي ومهنيته في أي مؤسسة إعلامية، ربحية كانت أو غير ربحية.

3. أساليب الإقناع الدينية: ويقصد بها الطرق المستخدمة في الإقناع التي تعتمد على الاستشهاد بالآيات القرآنية الكريمة أو الأحاديث النبوية الشريفة أو أقوال الأئمة والفقهاء. وتبين من نتائج الجدول السابق أن المجموع العام للأساليب الدينية بلغ (89) تكرارًا فقط، وبنسبة (20.2%) من مجموع أساليب الإقناع الكلية. وجاء أسلوب "الاستشهاد بالآيات القرآنية الكريمة" في الترتيب الأول بنسبة (8.4%)، وفي الترتيب الثاني ظهر أسلوب "الاستشهاد بالأحاديث النبوية الشريفة" بنسبة (6.2%). أما أسلوب "الاستشهاد بأقوال الأئمة والفقهاء" فقد حل في الترتيب الأخير بنسبة (5.6%).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمود أحمد الرجبي (2012: 111)؛ حيث بينت هذه الدراسة أن أساليب الإقناع المنطقية حلت في الترتيب الأول بنسبة (65.7%)، تليها في الترتيب الثاني الأساليب العاطفية بنسبة (26.5%)، فيما جاءت أساليب الإقناع الدينية في الترتيب الثالث بنسبة (5.3%) فقط.

ويتضح مما سبق أن المواقع الإسلامية الافتراضية تحرص على توظيف أساليب الإقناع المنطقية بالدرجة الأولى كأساليب لإقناع الجمهور، بما تقدمه لهم من قضايا وموضوعات دينية مختلفة.

وهنا يلاحظ أن هذه المواقع رغم أنه تنطلق من الدين الإسلامي في تقديم قضاياها لجمهورها وتتوجه في معظمها إلى المسلمين، فإنها لم تكثر من استخدام أساليب الإقناع الدينية التي جاءت بنسبة منخفضة بالمقارنة مع الأساليب الإقناعية الأخرى.

ويبدو أن هذه النتيجة طبيعية، بحكم أن نصف المواقع محل الدراسة هي مواقع إخبارية، وأن أكثر الأشكال الاتصالية مع الجمهور هو شكل "الخبر"؛ لذا جاءت الأساليب المنطقية المتمثلة في تصريحات المسئولين وشهود العيان والأرقام والإحصائيات في الترتيب الأول، وهو ما يناسب طبيعة الأخبار؛ لهذا ظهرت أساليب الإقناع المنطقية فيها أكثر من أساليب الإقناع العاطفية والدينية. وربما يرجع سبب ذلك أيضًا إلى أن صناع المحتوى الديني في هذه المواقع باتوا يدركون جيدًا أن المتلقين صاروا أكثر ميلاً إلى أن يُخَاطبوا بطرق عقلية منطقية لا بطرق عاطفية أو دينية فقط؛ ما حتم على هذه المواقع تقديم قضاياها وموضوعاتها في إطار شامل ومتنوع، وعدم حصرها في إطار الأساليب الدينية فقط.

ح- التساؤل السادس: ما اتجاه المواقع الإسلامية محل الدراسة نحو القضايا الدينية المعاصرة؟

تحددت اتجاهات المواقع الإسلامية محل الدراسة نحو القضايا الدينية المعاصرة بثلاثة اتجاهات؛ هي (معارض، مؤيد، محايد). وتشير نتائج الجدول التالي إلى اتجاه المواقع الإسلامية نحو القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها فترة التحليل، جاء في مجمله "اتجاهاً معارضاً"بنسبة كبيرة بلغت (81.2%)، يليه في الترتيب الثاني بفارق كبير "الاتجاه المؤيد" بنسبة (10.1%)، ثم "الاتجاه المحايد" في المرتبة الأخيرة بنسبة (8.7%). وكما يلي:

جدول رقم (24)

اتجاه المواقع الإسلامية محل الدراسة

نحو القضايا الدينية المعاصرة

اسم الموقع / اتجاه الموقع	المسلم		دليل الشيعة		طريق الإسلام		مفكرة الإسلام		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
معارض	50	92.6	10	38.5	51	87.9	66	82.5	171	81.2
مؤيد	4	7.4	11	42.3	3	5.2	4	5.0	22	10.1
محايد	-	-	5	19.2	4	6.9	10	12.5	19	8.7
المجموع	54	100	26	100	58	100	80	100	218	100

توضح نتائج الجدول السابق أن اتجاه المواقع الإسلامية محل الدراسة نحو القضايا الدينية المعاصرة، جاء في مجمله "اتجاهًا معارضًا"،على الرغم من أن المواقع المذكورة عالجت هذه القضايا بمضمون متعدد الاتجاهات وليس بشكل أحادي الاتجاه، حيث أنها اهتمت إلى حدٍّ ما بعرض وجهات نظر متعددة، ولم تكتفي بعرض وجهة نظر واحدة عند تناولها لهذه القضايا في صفحاتها، كما اظهرت إلى حدٍّ ما اهتمامًا بعنصر الرأي والرأي الآخر.

وتشير النتائج التفصيلية إلى أن موقع المسلم يتبنى الاتجاه المعارض نحو معظم القضايا الدينية المعاصرة التي عالجها طوال مدة التحليل، وبنسبة (92.6%). ومن أمثلة هذه القضايا (قضية اضطهاد الأقليات المسلمة، تهويد القدس، تشويه الغرب

صورةَ الإسلام، الغزو الثقافي الغربي للمسلمين)، ثم الاتجاه المؤيد بنسبة (7.4%). ومن أمثلة هذه القضايا قضية (الدعوة إلى الإسلام)، فيما لم يظهر أي اتجاه محايد نحو القضايا الدينية المعاصرة في موقع المسلم.

أما موقع دليل الشيعة فقد ظهر فيه الاتجاه المؤيد هو الأعلى بين المواقع الأربعة نحو القضايا الدينية المعاصرة التي عالجها بنسبة (42.3%). ومن أمثلة هذه القضايا (تجديد الخطاب الديني، حوار الأديان، الاعتماد على المراصد الفلكية في إثبات رؤية الهلال، الإسلام والديمقراطية، الحجاب والنقاب، التقريب بين المذاهب الإسلامية)، يليه الاتجاه المعارض بنسبة (38.5%). ومن القضايا التي تبنى موقع دليل الشيعة اتجاهًا معارضًا نحوها، قضايا (تشويه الغرب صورة الإسلام، الغزو الثقافي الغربي للمسلمين، الاستنساخ، التعامل مع البنوك الربوية). أما القضايا التي تبنّى الموقع منها اتجاهًا محايدًا فقد بلغت نسبتها (19.2%)، ومنها قضايا (اختلاف البلدان في رؤية الهلال، الاجتهاد في القضايا الفقهية المستحدثة بين علماء السنة والشيعة، ذبح الحيوانات بالماكينات الحديثة).

في موقع طريق الإسلام جاء الاتجاه المعارض أولاً بنسبة (87.9%)، نحو بعض القضايا، ومن أمثلتها قضايا (الغزو الثقافي الغربي للمسلمين، تشويه الغرب صورة الإسلام، اضطهاد الأقليات المسلمة، تهويد القدس، الاعتماد على الحسابات الفلكية في إثبات رؤية الهلال، الإرهاب، الزواج السياحي)، ثم تبنى الموقع اتجاهًا محايدًا بنسبة (6.9%) نحو بعض القضايا؛ منها (التصوير الفوتوغرافي، اختلاف البلدان في رؤية الهلال)، وأخيرًا الاتجاه الإيجابي الذي ظهر بنسبة (5.2%) نحو قضايا (تجديد الخطاب الديني، الاعتماد على المراصد الفلكية في إثبات رؤية الهلال، الحفاظ على الهوية الإسلامية في البلدان الغربية).

وأخيرًا يأتي موقع مفكرة الإسلام الذي تبنى هو الآخر اتجاهًا معارضًا أولاً بنسبة (82.5%) تجاه بعض القضايا؛ منها (اضطهاد الأقليات المسلمة، تشويه الغرب صورة الإسلام، تهويد القدس، الغزو الثقافي الغربي للمسلمين، تضارب الفتاوى، تجسيد شخصيات الأنبياء في الأفلام والمسلسلات الدينية)، ثم تبنى الموقع اتجاهًا

محايدًا بنسبة (12.5%) نحو بعض القضايا؛ منها (قانون الخطابة الجديد في مصر). وأخيراً تبنى الموقع اتجاهًا مؤيدًا نحو قضايا أخرى بنسبة (5%)؛ منها (قضية الدعوة إلى الإسلام، قضية رد الشبهات).

ومما سبق يظهر لنا أن اتجاه المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة نحو معظم القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها هذه المواقع طوال مدة التحليل ومنها القضايا مجال التطبيق وهي (قضية اضطهاد الأقليات المسلمة، وقضية تشويه الغرب صورة الإسلام، وقضية الغزو الثقافي الغربي للمسلمين) هو اتجاه معارض بالإجماع؛ حيث لم تظهر في معالجات المواقع الإسلامية محل الدراسة أي اتجاهات إيجابية أو مؤيدة نحو القضايا الثلاث المذكورة؛ فعلى الرغم من أن بعض المواقع محل الدراسة يتبنى مذهبًا معينًا، فإنها أظهرت جميعها اتجاهًا معارضًا نحوها.

ويرجع سبب ذلك إلى الانتماء الديني للمواقع محل الدراسة إلى الإسلام من ناحية، ومناصرة قضايا المسلمين من ناحية أخرى، كما أن القضايا الثلاث أظهرت مدى ما يتعرض له المسلمون من هجمات كراهية من قبل أعدائهم في بعض دول العالم؛ لذا جاء مضمون كتابات معظم القائمين على المعالجة، مضمونًا تحريضيًا يستخدم عبارات الشجب والاستنكار والدعوة إلى التدخل لحل القضايا المثارة.

ملخص الفصل:

عرض في هذا الفصل النتائج التي انتهت إليها الدراسة التحليلية وفقًا لمحورين أساسيين؛ هما:

المحور الأول - عرض النتائج الخاصة بتحليل الصفحة الرئيسية للمواقع الإسلامية محل الدراسة، وكما يلي:

توحدت المواقع الإسلامية الأربعة في موقع تصميم المجال المرئي للشاشة الرئيسية؛ حيث جاء في وسط شاشة المستخدم ولجميع المواقع الإسلامية محل الدراسة. وظهر موقع طريق الإسلام أسرعَ موقع من بين المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة من حيث متوسط زمن تحميل الصفحة الرئيسية. وأشارت النتائج إلى أن المواقع الإسلامية الأربعة محل الدراسة لم توفر أي إمكانية أو خاصية تتيح لمستخدميها التحكم في شكلها أو عرض محتواها أو ما يطلق عليه بـ"تخصيص الموقع"، كما أشارت هذه النتائج إلى أن أكثر المواقع الإسلامية ثراءً بالمعلومات هو موقع المسلم، يليه موقع مفكرة الإسلام، ثم طريق الإسلام، وأخيراً موقع دليل الشيعة.

المحور الثاني- عرض النتائج الخاصة بتحليل مضمون القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية محل الدراسة. ومنها ما يلي:

تصدرت القضايا السياسية العربية قائمة أنواع القضايا التي تناولتها المواقع الإسلامية التي خضعت للتحليل خلال فترة الدراسة التحليلية، تليها القضايا الدينية. وفيما يتعلق بالقضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها المواقع الإسلامية محل الدراسة أثناء فترة التحليل، فقد تصدَّرت قضية "اضطهاد الأقليات المسلمة" هذه القضايا، تليها في الترتيب الثاني قضية "تشويه الغرب صورةَ الإسلام"، وفي الترتيب الثالث جاءت قضية "الغزو الثقافي الغربي للمسلمين".

الخاتمة

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، يمكن إجمالها كما يأتي:

1. أشارت النتائج إلى أن المواقع المذكورة لم تنجح في خلق حالة من التفاعل مع جمهورها بالتعيق والرد على تعليقات الجمهور من جانبها؛ الأمر الذي يشير إلى عدم تدعيم معيار "سرعة رجع الصدى" كأحد أبعاد الثراء التي تتمتع بها مواقع الإنترنت. وطبقًا لنظرية ثراء الوسيلة، فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدى، تكون وسائل أكثر ثراءً؛ فكلما قل الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثًا، ومن ثم لم تتفق هذه النتيجة مع إحدى فرضيات نظرية ثراء الوسيلة الخاصة بتحقيق رجع الصدى المباشر مع الجمهور.

2. فيما يتعلق بالثراء المعلوماتي في المواقع الإسلامية محل الدراسة، أشارت النتائج إلى أن أكثر المواقع الإسلامية ثراءً بالمعلومات هو موقع المسلم، يليه موقع مفكرة الإسلام، ثم طريق الإسلام، وأخيرًا موقع دليل الشيعة.

3. فيما يتعلق بمدى وجود آليات لعنصر الثقة بالمواقع الإسلامية محل الدراسة، فقد اتضح أن موقع المسلم انفرد عن المواقع الإسلامية الأخرى محل الدراسة بذكر معلومات عنه، من حيث ذكر المسئول عن الموقع، ونوعه، وذكر معلومات عن الجهة القائمة عليه. كما لم تقدم المواقع المذكورة أي عنوان لها على أرض الواقع في الصفحة الرئيسية منها أو حتى الصفحات الداخلية منها.

4. أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم القضايا الدينية المعاصرة التي عالجتها المواقع الإسلامية محل الدراسة أثناء مدة التحليل، هي قضية "اضطهاد الأقليات المسلمة"، تليها قضية "تشويه الغرب صورة الإسلام"، ثم قضية "الغزو الثقافي الغربي للمسلمين"، بعدها جاءت قضية "الاعتماد على الحسابات الفلكية في إثبات الأهلة"، ثم قضية "تهويد القدس"، و"الدعوة إلى الإسلام"، و"تجديد الخطاب الديني".

5. أظهرت نتائج الدراسة أن قارة أوروبا، وتحديدًا دول (بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، النرويج، الدنمارك، بولندا، النمسا، روسيا)، جاءت كأكثر الدول التي ظهر فيها اضطهاد للأقليات المسلمة، تليها قارة آسيا (ميانمار أو ما تعرف باسم

"بورما"، الصين، بنجلادش، سريلانكا، الهند، كمبوديا)، ثم قارة إفريقيا (إفريقيا الوسطى، نيجيريا، كينيا).

6. أكدت النتائج أن قضية اضطهاد الأقليات المسلمة قد أخذت صورًا عديدة من أخطرها القتل الفردي أو الجماعي أو التهجير أو حرق البيوت والممتلكات، كما حدث ولا يزال يحدث (حتى إعداد هذه الرسالة) في جمهوريتي إفريقيا الوسطى وبورما، أو إعدامات بحق مسلمين بتهم إرهابية، كما يحدث بين الحين والآخر في كل من الصين وسريلانكا والهند، فضلاً عن الاعتقالات الحكومية والمحاكمات الصورية، أو أخذ شكل اغتصاب المسلمات، كما حدث في كمبوديا، أو محاولات تغيير الهوية الإسلامية للمسلمين في بعض مناطق روسيا، أو في شكل هجمات كراهية ضد المسلمين، كما حدث في بريطانيا في جريمة مقتل الطالبة السعودية (ناهد المانع)، أو في شكل تمييز عنصري، كما حدث في فرنسا؛ حيث فُصِلت موظفة مسلمة من وظيفتها بسبب الحجاب.

7. أشارت النتائج إلى أن قضية تشويه الغرب صورةَ الإسلام أخذت أشكالاً وصورًا عديدة، إلا أن أكثرها ارتباطًا بعملية تشويه صورة الإسلام هي أسلمة الإرهاب؛ أي ربط الإسلام بالإرهاب، يليها حديث سلبي عن الإسلام في وسائل الإعلام الغربية، ثم إثارة الشبهات حول تحريف القرآن الكريم والسنة النبوية، وإظهار المرأة المسلمة بأنها مضطهدة ومظلومة في ظل الإسلام، كما تم ربط الإسلام بالتخلف الحضاري من خلال إشاعة الغرب فكرة تقدمهم بعيدًا عن الدين وتأخر المسلمين بسبب الدين الإسلامي.

8. توصلت نتائج الدراسة إلى أن قضية الغزو الثقافي الغربي للمسلمين، أخذت أشكالاً عديدة منها الاستشراق والتغريب، وهيمنة الأزياء الغربية على الأسواق العربية، ونشر فكرة الموضة العالمية في المجتمعات الإسلامية، وترويج عروض الأزياء الفاضحة ومسابقات الجمال في الدول الإسلامية، والعمل على تحرير المرأة المسلمة.

9. أوضحت النتائج أن المواقع الإسلامية محل الدراسة لم تستفد من إمكانيات الإنترنت فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في عرض قضاياها للجمهور؛ حيث لم تطور إمكاناتها الإلكترونية في ظل التطور الإعلامي التكنولوجي الذي شهدته المواقع الإلكترونية الأخرى، وبقيت تستخدم النصوص نفسها المستخدمة في الصحف الورقية مع بعض الصور دون الاستفادة من تقنيات المجال الإلكتروني، فنلاحظ أنها افتقرت إلى استخدام وسائط الفيديو أو الصوت مع موضوعاتها وقضاياها الدينية، وهذا قصور واضح في المواقع الإسلامية محل الدراسة؛ ما يعني عدم تدعيمها معيار "تعدد الرموز" كأحد أبعاد الثراء الذي يتوافر من خلال مؤشرات "تعدد الوسائط المستخدمة" (صور، فيديو، صوت، مؤثرات، رسوم تعبيرية)؛ حيث لم تستفد المواقع محل الدراسة من إمكانات الإنترنت في هذا الحانب.

10. تصدَّرت "أساليب الإقناع المنطقية" قائمة أساليب الإقناع التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية محل الدراسة في معالجتها القضايا الدينية المعاصرة، تلتها "أساليب الإقناع العاطفية". وفي الترتيب الأخير جاءت "أساليب الإقناع الدينية".

11. أوضحت النتائج أن أهم الشخصيات التي عالجت القضايا الدينية المعاصرة في المواقع الإسلامية محل الدراسة كانت وظيفتها "كاتبًا ومفكرًا"، تليها "شخصيات غير محددة الوظيفة"، ثم شحصيات وظيفتها "عالم دين"، و"أستاذ جامعي"، و"مرجعية دينية" على الترتيب.

12 تصدَّر الاتجاه المعارض قائمة اتجاهات المواقع الإسلامية محل الدراسة نحو القضايا الدينية المعاصرة التي تناولتها أثناء فترة التحليل، يليه "الاتجاه المؤيد"، ثم "الاتجاه المحايد".

التوصيات

1. وضع رؤية إسلامية واضحة قائمة على خطط علمية مدروسة لوضع تصور للأداء الأمثل لوسائل الإعلام العربية والإسلامية في مواجهة الإعلام الأجنبي، كما يجب وضع تصور واضح للدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الإعلام العربية والإسلامية محليًا ودوليًا لترسيخ قيم الإسلام عقيدةً ومنهجًا ونظامًا للحياة، ولتقديمه للعالم أجمع بهدف تصحيح مفاهيم غير المسلمين عن الإسلام.

2. تضافر الجهود العلمية من خلال المؤسسات الأكاديمية الإعلامية والهيئات المختصة بالشئون الإعلامية في العالم الإسلامي ووسائل الإعلام التقليدية (إذاعة-صحافة-تلفزيون)، لوضع استراتيجية إعلامية متكاملة ذات مدى طويل لتصحيح الصورة المشوهة عن العرب والمسلمين وقضاياهم العادلة.

3. القيام بحملات إعلامية موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة والهيئات التابعة لها بالتنسيق مع القنوت الحكومية الرسمية؛ من أجل وضع التشريعات والقوانين التي تمنع التطاول على الرسالات والأديان السماوية، وتحض على احترام مختلف الطوائف وعدم المساس بعقائدها.

4. التنسيق مع الهيئات والمنظمات الإسلامية المعنية -ومنها مؤتمر وزراء الإعلام في الدول الإسلامية، ورابطة العالم الإسلامي والمنظمة المؤتمر الإسلامي- والتنسيق مع الأقليات الإسلامية في مختلف دول العالم وخصوصًا في الغرب؛ حيث يمكن للأقليات المسلمة في العالم الغربي أن تؤدي دورًا فاعلاً في تصحيح صورة المسلمين في وسائل الإعلام؛ وذلك إذا تم التنسيق بينها؛ ليس فيما يتعلق بمواجهة التغطية السلبية للإسلام فقط، بل في تنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية اللازمة باعتبار المسلمين في الدول الغربية هم الأكثر فهمًا لطبيعة الجمهور المستهدف وأساليب مخاطبته.

5. إن تغيير صورة الإسلام والمسلمين في الغرب على نحو إيجابي، يكمن في تصحيح صورة الأمة الإسلامية من الداخل؛ حيث إن المسألة تتعلق أولاً بتصحيح صورة الإسلام في العالم الإسلامي قبل التفكير في إبراز هذه الصورة في المجتمعات غير الإسلامية؛ وذلك لأن صورة الإسلام في الخارج قد تظل غير واضحة القسمات ولا مكتملة الملامح ما لم يصحح المسلمون صورتهم في الداخل بما يتناسب ومتطلبات العصر ومستجداته، وفقًا لتعاليم الإسلام السمحة وقيمه الكريمة.

6. الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال الفضائيات والإنترنت، بإنشاء قنوات إسلامية موجهة بلغات الدول الغربية، وكذلك مواقع إسلامية على شبكة الإنترنت لشرح الإسلام ومبادئه للشعوب الغربية.

7. تكاتف المؤسسات الإسلامية الكبرى في العالم الإسلامي، وسائر المجامع البحثية والعلمية فيه؛ وذلك بحشد الرأي العالمي الإسلامي تجاه هذه القضايا، وتبصير الشعوب بدورها المنوط بها تجاه إخوانهم في المجتمعات الأخرى.

8. تأصيل الانتماء للدين الإسلامي، وضرورة حدوث تكامل بين البيت والمدرسة والمسجد والشارع ووسائل الإعلام؛ من أجل تربية سليمة وجيدة للشباب، وبما يؤكد إزالة الفجوة بين قنوات التربية المتعددة، وبحيث لا يجد هؤلاء الشباب أي خلل أو تناقض في ما يتعلمونه من هذه القنوات.

9. التمسك بمبادئ الإسلام وقيمه الأصيلة، وعدم السماح للثقافات الأخرى بغزو ثقافتنا وعاداتنا وتقاليدنا العربية، والحفاظ على نقاء لغتنا العربية (لغة القرآن الكريم).

10. مواجهة الفراغ الفكري لدى الشباب بالأفكار الإيجابية، وإلا سيصبح هؤلاء الشباب عرضة لتقبُّل ما يرد إليهم من أفكار مُختلفة يروِّجها الآخرون. ولا بد من وضع خطة مزدوجة للمواجهة الفكرية تسير في اتِّجاهين متوازيين؛ أحدهما توضيح المفاهيم الإسلامية، والكشف عن الأخطاء الشائعة. وثانيها مناقشة الأفكار الهدامة، وإبراز الرد العلمي عليها، مع ضرورة ألا يغفل الإعلام الإسلامي مواجهة التأثيرات العميقة للإعلام الغربي في عقلية أبناء الأقليات المسلمة، وأنَّ هذه الأجيال من أبناء المسلمين في الغرب تكاد تفقد صلتها بثقافتها الإسلامية، والسعي إلى إيقاف التزييف القيمي والأخلاقي والطبعي.

المراجع والمصادر

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المراجع العربية:

أ- دراسات عربية غير منشورة:

1 . إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، (2006). "وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وكيفية إستخداماتها الدعوية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام.

2. إسلام عاطف رجب أحمد حجازي، (2010). "العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على الإنترنت ومستوى المعرفة لديه بالقضايا الدينية المعاصرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام.

3. آلاء أحمد هشام، (2009). "الإعلام: مقوماته.. ضوابطه ... أساليبه في ضوء القرآن الكريم"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية – غزة: كلية أصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن.

4. إياد حكمت العبيدي، (2010). "تعرض الشباب العراقي لمواقع الإنترنت وعلاقته بالقيم السائدة لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، الدراسات الإعلامية.

5. تركي بن عواض الأزوري، (2011). "إستخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام.

6. حسن نيازي الصيفي، (2006)."صورة الاسلام والمسلمون في مجلتي النيوزويك وفورني بولسي، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والاعلام.

7. حنان محمد اسماعيل، (2001). "المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي سي أن أن الأمريكية واليورونيوز الأوروبية – دراسة مسحية مقارنة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

8. زينب محمد حامد، (2012). "تأثير الاعتماد على الفتاوى الدينية المقدمة في الفضائيات العربية على معارف وسلوكيات الجمهور المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

9. زينب محمد حامد، (2007). "صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

10. سارة سعيد المغربي، (2011). "صورة الجاليات المسلمة في الصحافة الأوروبية" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

11. سهى فوزي أحمد، (2012). "العلاقة بين إعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

12. علي حمودة جمعة سليمان، (2011). "أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر- دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية بالقاهرة، قسم الصحافة والإعلام.

13. محمد الطيب زاوي، (2004). "الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.

14. محمد حسن قيزان، (2008). "توظيف شبكة الانترنت لخدمة الإسلام"- دراسة وصفية تحليلية لأبرز المواقع الإسلامية على الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، (السودان): جامعة أمدرمان، كلية الإعلام.

15. محمد مصطفى رفعت، (2013). "اعتماد الشباب المصري على المواقع الإسلامية العربية – دراسة مسحية وكيفية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

16. محمود أحمد محمد الرجبي، (2012). "اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية"، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان (الأردن): جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام.

17. معين صالح يحيى الميتمي، (2012). "العوامل المؤثرة في بناء الإقناع لمواقع الإنترنت، دراسة تحليلية وميدانية للمواقع الإعلامية العربية على شبكة الإنترنت"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

18. منى جابر عبد الهادي هاشم، (2008). "إستخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية على شبكة الانترنت والاشباعات المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام.

19. منى محمود عبدالجليل، (2011). "إعلانات المواقع العربية العامة والإسلامية على شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" وعلاقتها بالسلوك الإستهلاكي لدى الجمهور"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الصحافة والإعلام.

20. مي محمد جمال الدين، (2014). "اتجاهات الخطاب الاعلامي للمواقع الالكترونية الأجنبية على شبكة الانترنت نحو الإسلام"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

21. ميسر محمد يونس، (2010). "الإعلام والدعوة الاسلامية في القنوات التلفزيونية - دراسة تحليلية لقناة الرسالة الفضائية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الاسلامية - بغداد، كلية أصول الدين.

22. هالة عوض عبد العظيم العسيلي، (2008). "المضمون التربوي لبعض برامج إذاعة القرآن الكريم في ضوء احتياجات المواطن المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس: كلية التربية، قسم أصول التربية.

ب- دراسات عربية منشورة:

1. أحمد بشنو، (2006). "نظرات في حملات تشويه صورة الإسلام والرسول صلى الله عليه وسلم في الإعلام الغربي والبرامج التربوية بفرنسا"، في كتاب: صورة الإسلام في الغرب بين التشويه وواجب التصحيح، ضمن أبحاث اليوم المدرسي، المملكة المغربية، جامعة فاس: كلية الشريعة.

2. أحمد محمود أبو زيد، (2010). "دور شبكة الإنترنت في نشر الدعوة الإسلامية"، مجلة الوعي الإسلامي، العدد532، الكويت: وزارة الأوقاف والشئون الدينية.

3. أكرم محمد زكي خضر، (2004). "تقييم مواقع الحج والعمرة على الإنترنت"، المؤتمر الوطني السابع عشر للحاسب الآلي: المعلوماتية في خدمة ضيوف الرحمن، المدينة المنورة (المملكة العربية السعودية): جامعة الملك عبدالعزيز.

4. أميمة عمران، (2007). "التعرض للمواقع الدينية بالإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب"، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

5. أيمن محمد عبد القادر الشيخ، (2008). "فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي"، المؤتمر الدولي الأول: التجديد فى الفكر الإسلامي الحديث والمعاصر(مدارسه ومناهجه)، جامعة الفيوم: كلية دار العلوم.

6. آندي حجازي، (2013). "الصحافة الإسلامية والصحافة التقليدية"، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 571، يناير- فبراير، الكويت: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.

7. بدر الدين أحمد إبراهيم، (2012). "الصورة الذهنية في الإعلام الجديد وانعكاسها على الرأي العام"، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، العدد 2، الخرطوم: مركز الرؤية لدراسات الرأي العام.

8. بدر المناص، (2007). "الإعلام الإسلامي رؤية تنموية"، مجلة العالمية، العدد 203، الكويت: الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية.

9. جمال سلطان، (2011). "الربيع العربي وتحديات الإعلام الإسلامي الجديد"، مجلة البيان، العدد 294، الرياض: المملكة العربية السعودية.

10. حسن عزوزي، (2009). "بعض مواقع الإنترنت المناهضة للقرآن الكريم باللغة الفرنسية ... الواقع وسبل التصحيح"، بحث مقدم إلى ندوة: القرآن الكريم والتقنيات المعاصرة ... تقنية المعلومات، المدينة المنورة: وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد.

11. خالد الأصور، (2002). "المستجدات في خطاب وأسلوب عمل الحركات الإسلامية المعاصرة"، سلسلة فكر المواجهة: الإسلام وتطوير الخطاب الديني، ط1، العدد3، القاهرة: جامعة الأزهر، رابطة الجامعات الإسلامية.

12. رأفت صلاح الدين، (2009). "المنهج في دراسة وتقييم المواقع الإسلامية"، أبحاث مركز أبواب للإعلام، الرياض: المملكة العربية السعودية.

13. رامي شريم، (2001). "الإعلام الإلكتروني العربي: مقاربة نقدية"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 37- 38، تونس: معهد الصحافة وعلوم الإخبار.

14. سيد يونس، (1995). "التحديات التـي تواجهها الأقليات المسـلمة في العـالم"، مجلـة كليـة الآداب، العدد 4، جامعة الملك سعود.

15. شوقي عبدالـلـه عباد، (2004). "المواقع الإسلامية على الإنترنت: ما لها وما عليهـا"، المـؤتمر الوطني السابع عشر للحاسب الآلي: المعلوماتية فـي خدمـة ضيوف الرحمن، المدينة المنورة: جامعة الملك عبد العزيز.

16. صالح الرقب، (2005). "الوسائل والأساليب المعـاصرة للـدعوة الإسـلامية"، بحـث مقـدم إلى مؤتمر: الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، (المملكة العربيـة السـعودية)، الجامعـة الإسـلامية: كليـة أصول الدين.

17. طارق محمد، جمال الـدين، (2007). "اسـتخدامات الشـباب الجـامعي لشـبكة المعلومـات الدولية الانترنت وتأثيراتها على الترابط الأسري في المجتمع الليبي"، المـؤتمر العلمـي السـنوي الثالـث عشر: الاعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، الجزء الثاني، جامعة القاهرة: كلية الاعلام.

18. عبد الجواد سعيد محمد ربيـع، أسـماء رأفـت الشـيخ، (2007). "دور الإتصـال التفـاعلي في إمداد الشباب بالمعرفة في مجال الشئون الدينية الإسلامية"، المـؤتمر العلمـي السـنوي الثالـث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

19. عبـدالرحمن بن معاضة الشهري ، (2011). " الـدعوة إلى الـلــه عـبر الإنترنــت: أساليبها ووسائلها"، بحث مقدم للندوة الأولى للمواقـع الدعويـة السـعودية عـلى شبكة الإنترنـت، الريـاض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد.

20. عبدالعزيز بن داخل المطيري، (2011). "إستقراء للمواقع الدعوية ومعايير تقويمهـا"، بحـث مقـدم للنـدوة الأولى للمواقـع الدعويـة السـعودية على شبكة الإنترنـت، الريـاض: وزارة الشـؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد.

21. عبدالله الطحاوي، (2010). "الخطاب الإسلامي الإلكتروني ... ملامح وخصائص"، مجلة الوعي الإسلامي، العدد532، الكويت: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية.

22. عبد الله بن إبراهيم اللحيدان، (2011). "تقويم مضمون المواقع الدعوية: الأهمية والأسس"، بحث مقدم للندوة الأولى للمواقع الدعوية السعودية على شبكة الإنترنت، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد.

23. علي عجوة، (2002). "الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين"، سلسلة فكر المواجهة: الإسلام وتطوير الخطاب الديني، ط1، العدد3، القاهرة: جامعة الأزهر: رابطة الجامعات الإسلامية.

24. فالح الصغير، (2011). "التخصص وأثره في تحقيق التكامل بين المواقع الدعوية"، ورقة عمل مقدمة لندوة المواقع الدعوية الإلكترونية السعودية، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد.

25. مالك الأحمد، (2009). "الإعلام الإسلامي: النظرية والتطبيق"، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.

26. محسن عبود كشكول، (2014). " الإعلام الإسلامي: البناء العقائدي ومواجهة تحديات الدعوة"، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي لرابطة العالم الاسلامي الخامس عشر: الثقافة الإسلامية ... الأصالة والمعاصرة، المنعقد في مكة المكرمة، للمدة من 28- 2014/9/30.

27. محمد الأمين موسى أحمد، (2006). "توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني"، وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، (الإمارات العربية المتحدة): جامعة الشارقة.

28. محمد مصطفى حسين، (2010). "تقييم جودة المواقع الالكترونية: دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية"، مجبة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 6، العدد 18، العراق: جامعة تكريت: كلية الإدارة والاقتصاد.

29. محمد يونس، (2002). "الإنترنت كوسيلة إتصالية في مجال الشئون الإسلامية": دراسة للمواقع الإسلامية المدعمة باللغة العربية على الشبكة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

30. مصطفى محمد طه، (2010). "الإعلام الإسلامي المعاصر في عصر العولمة"، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 532، سبتمبر، الكويت: وزارة الأوقاف الكويتية.

31. ناصر بن محمد السويدان، (2011)، "المواقع الدينية الإسلامية: محتواها وتنظيمها واستخدامها"، مؤتمر "المحتوى العربي في الإنترنت: التحديات والطموحات، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

32. هشام جعفر، (2004)."الصحافة الإلكترونية فى مصر: الواقع والتحديات"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 114، القاهرة: المركز العربي للدراسات الإعلامية.

33. يامين بودهان، (2006). "تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي"، مجلة الوسيط للدراسات الإعلامية، العدد 12، الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.

34. يسرى خالد إبراهيم، (2012). "الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية والتأصيل العلمي"، مجلة الجامعة العراقية، العدد 28، بغداد: مركز البحوث والدراسات الإسلامية (مبدأ)، السنة التاسعة عشر.

ج- الكتب العربية والمعربة:

1. أنـور الجنـدي، (1996). "الـدعوة الإسـلامية في عصر الصـحوة: قضـايا السياسـة والإجـتماع والإقتصاد"، دار الفضيلة.

2. جمال عبد ناموس، (2010). "الخطـاب الإعلامـي في الصـحافة الإلكترونيـة الإسـلامية- موقـع (إسلام ويب.نت) أنموذجاً"، في كتاب: الخطاب الإسـلامي في عصر الإعـلام والمعلوماتيـة، ط1، مركـز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، (العراق): دار الفجر، (الأردن): دار النفائس.

3. سالم محمد أبو الفتح البيانوني، (2006). "الوسـائل الدعويـة بـين الثبـات والتطـور"، ط1، دار إقرأ للنشر والتوزيع.

4. سمير محمد حسين، (2006). دراسات مناهج البحث العلمي: بحوث الإعـلام، ط2، القـاهرة: عالم الكتب.

5. شريف درويش اللبان، (2011). "الخطاب المعادي للإسلام على شبكة الإنترنت: آليات الهجوم واستراتيجيات الردع"، في كتاب "مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكـتروني عـلى الإنترنـت"، ط1، القاهرة: دار العالم العربي.

6. شريـف درويـش اللبـان، هشـام عطيـة، (2012). "مقدمـة في منـاهج البحـث العلمـي، ط2، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

7. شعيب الغباشي، (2013). "الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة"، ط1، القاهرة: عالم الكتب.

8. شعيب الغباشي، (2010). "بحوث الصحافة الإلكترونية"، القاهرة: عالم الكتب.

9. شيماء ذو الفقار زغيـب، (2009). "منـاهج البحـث والاسـتخدامات الإحصـائية في الدراسـات الإعلامية", ط1، القاهرة: الدار المصرية البنانية.

10. طه أحمد حميد، (2007). "نحو إعلام إسلامي هـادف، في كتـاب "الإعـلام الإسـلامي الواقـع والطموح"، عمان: دار النفائس.

11. عاصم محمد الحسن، (2010). "مرشد الدعوة عبر الإنترنت؛ إطار مفاهيمي ودليل إجرائي"، ط1، الخرطوم: معهد مبارك قسم الـلـه للبحوث والتدريب.

12. عبد الوهاب كحيل، (1985). الأسـس العلميـة والتطبيقيـة للإعـلام الإسـلامي، بـيروت: عـالم الكتب.

13. فؤاد بـن سـيد عبـد الـرحمن الرفـاعي، (1986). "النفـوذ اليهـودي فـي الاجهـزة الاعلاميـة والمؤسسات الدولية"، ط1، الكويت، بلا دار نشر.

14. لولـوة بنـت سـليمان الغنـام، (2011). "الـدعوة إلى الـلــه في المواقـع النسـائية في شـبكة المعلومات العالمية"، ط1، الرياض: مدار الوطن للنشر.

15. محمـد سـيد محمـد، (1986). "المسـئولية الإعلاميـة في الإسـلام"، ط 2، الجزائـر: المؤسسـة الوطنية للكتاب.

16.محمد عبدالحميـد، (2007). "الإتصـال والإعـلام عـلى شـبكة الإنترنـت"، ط1، القـاهرة: عـالم الكتب.

17. محمد عبدالحميد، (2004). "البحث العلمـي في الدراسـات الإعلاميـة"، ط2، القـاهرة: عـالم الكتب.

18. محمد فتحـي عـمارة، (2013). "الإعـلام الإسـلامي والتحـديات المسـتقبلية"، ط1، القـاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

19. محمد لعقاب، (1996). "المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة: مقدمة في الإعلام الإسلامي"، ط1، الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.

20. محمـد منـير حجـاب، (2002). "الإعـلام الإسـلامي: المبـادئ – النظريـة – التطبيـق"، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

21. محمد موفق الغلاييني، (1985). وسائل الإعلام وأثرها في حياة الأمة، ط1، جدة: دار المنارة.

22. محمود كرم سـليمان، (1988). "التخطـيط الإعلامـي في ضـوء الإسـلام"، ط1، المنصـورة: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع.

23. مرعي مـدكور، (1995). "الإعـلام الإسـلامي الطبـاعي في الـدول غـير الإسـلامية في إفريقيـا"، القاهرة: دار المعارف.

24. منتصر حاتم حسين، (2011). "أيديولوجيات الإعلام الإسلامي"، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

25. نبيل لوقا بباوي، (2006). "الرد على شفرة دافنشي والرسوم المسيئة للرسول محمـد، أوقفـو الأفلام التي تمس السيد المسيح والرسول، القاهرة: ط1، المكتبة المركزية.

د- دراسات عربية منشورة على الإنترنت:

1. أحمد مبارك سالم، (2009). الإعلام الإسلامي والمرحلة الراهنة، متاح على الرابط:

http://www.alukah.net/Publications_Competitions/0/6290/

2. أحمد محمد صالح، (2007). "الإنترنت والتعددية الدينيـة"، الحـوار المتمـدن، العـدد: 1921، المحور: العلمانية، الدين السياسي ونقد الفكر الديني في 20 / 5 / 2007. متاح على الرابط:

http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=97227

3. حســن مظفــر الــرزّو، (2009). "تحليــل محوســب لمســائل فقــه الصــيام المســتوطنة بمواقــع الإنترنت"، (العراق) الموصل: مجلة الفكر الحر، العدد 48. متاح على الرابط:

http://library.alfikr.org/books/Docs/ta7leel.doc

4. خالد كاظم أبو دوح، (2010). "المجال العام الإفتراضي". متاح على الرابط:

http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=399784&eid=247

5. خباب الحمد، (2010). "الإعلام الإسلامي: مشكلات في خط المواجهة"، متاح على الرابط:

http://ar.islamway.net/article/5774

6. داليا يوسف، (2007). "المسلمون والإنترنت: من النص إلى التفاعل".

7. زكريا إبراهيم الزميلي، (2009). "الإيجابيـات والسـلبيات في إسـتخدام التقنيـات الحديثـة في خدمة الكليات الشرعية"، ورقة بحثية مقدمة الى يوم دراسي بعنـوان "التقنيـات الحديثـة وأثرهـا في الكليات الشرعية"، غزة: الجامعة الإسلامية: الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية.

8. سعاد بعوش، (2012). الصحافة الإسلامية وإشكالية المصطلح، متاح على الرابط:

http://www.alukah.net/culture/10894/37999/#ixzz2jQKjTN7O

9. صالح بن علي أبو عرّاد، (2005). "الدعوة إلى الـلـه تعالى من خلال الإنترنت". متاح على:

http://www.saaid.net/Doat/arrad/30.htm

10. عادل عبدالـلـه هندي، (2010). "وسـائل التكنولوجيـا الحديثـة في خدمـة الـدعوة"، مجلـة البيان الإلكترونية، المملكة العربية السعودية، الرياض: العدد: 278، متاح على الرابط:

http://albayan.co.uk/MGZarticle.aspx?ID=396

11. عبد القهار أحمد محمد، (2012). "الإعلام الإسلامي بين المعوقات الخارجية والانتكاسات الداخلية"، متاح على الرابط:

http://www.alukah.net/culture/0/41520/#ixzz2keI5zut1

12. عبداللـه ردمان، (2005). "الإنترنت وتطبيقاتها الدعوية". متاح على الرابط:

http://www.islamhouse.com/p/53292

13. عمر عبد العزيز، (2005). "الهاجانة: حرب صهيونية على مواقع الإنترنت الإسلامية". متاح على الرابط:

http://www.traidnt.net/vb/traidnt4611

14. عمر مشوح، (2005). "المواقع الاسلامية على الإنترنت وفعاليتها". متاح على الرابط:

http://www.nashiri.net/articles/technology/2339---v15-2339.html

15. محمد إبراهيم زيدان، (2003). "دور الإعلام في وحدة الأمة الإسلامية: دراسة تطبيقية على موقع إسلام أون لاين.نت"، مؤتمر الوحدة الإسلامية: الفرص والتحديات، (ماليزيا). متاح على الرابط:

http://www.alwihdah.com/fikr/fikr/2010-04-26-1036.htm

16. محمد جمال عرفة، (2011). "واقع الإعلام الإسلامي والشبكة العنكبوتية"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي (تأثير الإعلام الجديد وتقنية الاتصالات على العالم الإسلامي)، (إندونيسيا): جاكارتا. متاح على الرابط:

world-dialogue.org/MWL/media/WORD/R14.docx

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

1. Anderson, Jon W. (2000). New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere, Journal ISIM Newsletter, Issue 1,Vol 5.

2. Azzi, Abd Er-Rahmane. (1999). Islam in Cyberspace: Muslim Presence on the Internet, Renaissance A Monthly Islamic Journal Pakistan.

3. Coyle, James R. and Esther Thorson: The effects of progressive levels of interactivity and vividness in web marketing sites, journal of Advertising, Vol XXX, No 3, Fall 2001.

4. Eugenia, Siapera. (2010).

5. EL-Nawawy, Mohammed & Khamis, Sahar. (2009). Islam Dot Com, Contemporary Discourses in Cyberspace, The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, Palgrave, Macmillan, New York, USA.

6. Enterría, Arturo Guerrero. (2011). E-Islam: the Spanish Public Virtual Sphere, CyberOrient, Vol. 5, Iss. 1.

7. Kamil, Sukron and others. (2011). Islam in the Public Sphere: The Politics of Identity and the Future of Democracy in Indonesia, Center for the Study of Religion and Culture, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta.

8. Kyu, Park Jin. (2004). Expressive Production of Religion through Virtuality: Theorization of the Internet as a Medium for Religious Expression", Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA ,May 27.

9. Mishra, Smeeta & Semaan, Gaby. (2010). Islam in Cyberspace: South Asian Muslims in America Log In, Journal of Broadcasting & Electronic Media.

10. Naser, Sayyed Hossein. (2007). Islam & Question Of Violence. http://www.questia.com/ read

11. Paine, Christopher. (2010). Exploring the Relationships Between Religion and Internet Usage, Paper Presented at the annual meeting of the Internatoinal Communication Associatoin, Sheraton New York, New York City, NY.

12. Salvatore, Armando & Eickelman, Dale. (2003). The Public Sphere and Public Islam, Journal ISIM Newsletter, Issue 1, Vol13.

13. Sati, Mohamed. (2009). Internet Islam: An Analysis of U.S.-Based Websites Dedicated to Promoting an Islamic Viewpoint in the Post 9/11 World, *Doctor of Philosophy* (*PhD*), Ohio University, Mass Communication.

14. Zhou, Zihou, (2009), «Evaluating Websites Using a Practical Quality Model.

www.dora.dmu.ac.uk/bitstream/handle/#$""/`m^&/ZihouZhou_Thesis-Final.pdf

قائمة المحتويات

الإعلام الإسلامي الإلكتروني

د. حردان هادي الجنابي

هذا الكتاب الذي بين يديك الآن هو محاولة لمعرفة هل نجح الإعلام الإسلامي المعاصر في توظيف التكنولوجيا الحديثة؟ وهل استطاع هذا الإعلام أن يجد له مكانا لائقاً راسخاً على الشبكة العنكبوتية، أم أنه في طريقه لأسفل الهرم من حيث لا يشعر؟

وفي هذا الكتاب أيضاً، نستعرض بعضاً من أدوار الإعلام الإسلامي بنوعيه التقليدي والإلكتروني في التصدي لحملات التشويه الإعلامي التي يتعرض لها الإسلام في الداخل والخارج.



60 شارع القصر العيني 11451 - القاهرة
ت: 27954529 - 27921943 فاكس: 27947566
www.alarabipublishing.com.eg

ISBN 978-977-319-242-6
9 789773 192426 >



www.alarabipublishing.com.eg

تصميم الغلاف: محمد سيد